



EUROPOS
KOMISIJA

Briuselis, **XXX**
[...](2021) **XXX** draft

ANNEX

SENSITIVE*
UNTIL ADOPTION

PRIEDAS

pridedamas prie

KOMISIJOS KOMUNIKATO

KOMISIJOS KOMUNIKATO

**„KOMISIJOS PRANEŠIMAS
„Vertikaliųjų apribojimų gairės“
projekto turinio patvirtinimas**

* Distribution only on a 'Need to know' basis - Do not read or carry openly in public places. Must be stored securely and encrypted in storage and transmission. Destroy copies by shredding or secure deletion. Full handling instructions <https://europa.eu/db43PX>

PRIEDAS
KOMISIJOS KOMUNIKATAS
KOMISIJOS PRANEŠIMO
Vertikaliųjų apribojimų gairės
PROJEKTAS

KOMISIJOS PRANEŠIMAS
Vertikaliųjų apribojimų gairės

Turinys

1.1.	Šių gairių tikslas ir struktūra	3
1.2.	101 straipsnio taikymas vertikaliesiems susitarimams	4
2.	Vertikaliųjų susitarimų poveikis	5
2.1.	Teigiamas poveikis.....	6
2.2.	Neigiamas poveikis	8
3.	Vertikalieji susitarimai, kurie paprastai nepatenka į 101 straipsnio 1 dalies taikymo sritį.....	9
3.1.	Poveikio prekybai, nedidelės svarbos susitarimams ir MVĮ nebuvimas.....	9
3.2.	Atstovavimo susitarimai.....	11
3.2.1.	Atstovavimo susitarimų apibrėžtis	11
3.2.2.	101 straipsnio 1 dalies taikymas atstovavimo susitarimams.....	16
3.2.3.	Tarpininkavimas ir interneto platformų ekonomika	17
3.3.	Subrangos susitarimai	17
4.	VSBR taikymo sritis	18
4.1.	VSBR nustatyta apsaugos taisyklė	18
4.2.	Vertikaliųjų susitarimų apibrėžtis	18
4.2.1.	Vienašaliai veiksmai nepatenka į VSBR taikymo sritį.....	19
4.2.2.	Įmonės veikia skirtinguose gamybos ar platinimo grandinės lygmenyse.....	20
4.2.3.	Susitarimai yra susiję su prekių ar paslaugų pirkimu, pardavimu ar perpardavimu ..	20
4.3.	Vertikalieji susitarimai interneto platformų ekonomikoje	21
4.4.	VSBR taikymo ribos.....	22
4.4.1.	Mažmenininkų asociacijos	22
4.4.2.	Vertikalieji susitarimai, kuriuose yra nuostatų dėl intelektinės nuosavybės teisių (INT)	22
4.4.3.	Vertikalieji konkurentų susitarimai.....	26
4.5.	Ryšys su kitais bendrosios išimties reglamentais.....	28

4.6.	Pagrindinės platinimo sistemų rūšys	29
4.6.1.	Išimtinio platinimo sistemos	30
4.6.2.	Pasirinktinio platinimo sistemos	35
4.6.3.	Franšizė	42
5.	Rinkos apibrėžimas ir rinkos dalies apskaičiavimas	44
5.1.	Pranešimas dėl rinkos apibrėžimo	44
5.2.	Rinkos dalių apskaičiavimas pagal VSBIR	44
5.3.	Rinkos dalių apskaičiavimas pagal VSBIR	45
6.	VSBIR taikymas	46
6.1.	Pagrindiniai apribojimai pagal VSBIR	46
6.1.1.	Perpardavimo kainų palaikymas	48
6.1.2.	Pagrindiniai apribojimai pagal VSBIR 4 straipsnio b–d punktus	53
6.1.3.	Atsarginių dalių pardavimo apribojimai	63
6.2.	Apribojimai, kurie neleistini pagal VSBIR	63
6.2.1.	Įsipareigojimai nekonkuruoti, kurių trukmė viršija penkerius metus	64
6.2.2.	Įsipareigojimai nekonkuruoti pasibaigus terminui	64
6.2.3.	Įsipareigojimai nekonkuruoti, taikomi pasirinktinio platinimo sistemos nariams	65
6.2.4.	Paritetiniai įsipareigojimai	65
7.	Atšaukimas ir netaikymas	66
7.1.	VSBIR taikymo atšaukimas (Reglamento 1/2003 29 straipsnis)	66
7.2.	Reglamentas, kuriuo paskelbiama, kad VSBIR netaikomas (VSBIR 6 straipsnis) ...	68
8.	Įgyvendinimo politika atskirais atvejais	69
8.1.	Analizės struktūra	69
8.1.1.	Svarbūs pagal 101 straipsnio 1 dalį atliekamo vertinimo veiksniai	70
8.1.2.	Svarbūs pagal 101 straipsnio 3 dalį atliekamo vertinimo veiksniai	73
8.2.	Konkrečių vertikaliųjų apribojimų analizė	74
8.2.1.	Įsipareigojimas pirkti iš vieno tiekėjo	74
8.2.2.	Išimtinis tiekimas	80
8.2.3.	Elektroninių prekyviečių naudojimo apribojimai	82
8.2.4.	Kainų palyginimo priemonių naudojimo apribojimai	84
8.2.5.	Paritetiniai įsipareigojimai	87
8.2.6.	Išankstiniai prieigos mokesčiai	91
8.2.7.	Kategorijos valdymo susitarimai	93
8.2.8.	Susiejimas	93
Įvadas		

1.1. Šių gairių tikslas ir struktūra

- (1) Šiomis gairėmis nustatomi vertikaliųjų susitarimų ir suderintų veiksmų vertinimo pagal Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo 101 straipsnį (toliau – 101 straipsnis)¹ ir [2022 m. [X] Komisijos reglamento (ES) [Nr. [X]/2022] dėl Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo 101 straipsnio 3 dalies taikymo tam tikrų rūšių vertikaliesiems susitarimams ir suderintiems veiksams (toliau – VSBIR)² principai. Kad būtų patogiau ir jei nenurodyta kitaip, šiose gairėse sąvoka „susitarimas“ apima ir suderintus veiksmus.
- (2) Išleisdama šias gaires, Komisija siekia padėti įmonėms pačioms įvertinti savo vertikaliosius susitarimus pagal ES konkurencijos taisykles. Tačiau kiekvienas atvejis turi būti vertinamas pagal jo faktus³. Taigi šios gairės negali būti taikomos mechaniškai. Jos taip pat neprieštarauja Bendrojo Teismo ir Europos Sąjungos Teisingumo Teismo (toliau – ESTT) praktikai.
- (3) Vertikalieji susitarimai gali būti sudaromi dėl tarpinių ir galutinių prekių ir paslaugų. Jei nenurodyta kitaip, šios gairės taikomos visoms prekių ir paslaugų grupėms ir visiems prekybos lygiams.
- (4) Šių gairių struktūra yra tokia:
 - šis pirmas skirsnis yra įvadas, kuriame paaiškinama, kodėl ir koku mastu Komisija teikia rekomendacijas dėl vertikaliųjų susitarimų. Likusioje šio įvado dalyje nurodytos aplinkybės, kuriomis 101 straipsnis taikomas vertikaliesiems susitarimams;
 - antrame skirsnyje apžvelgiamas teigiamas ir neigiamas vertikaliųjų susitarimų poveikis. Visas VSBIR, šios gairės ir Komisijos vykdymo užtikrinimo politika atskirais atvejais grindžiami šio poveikio vertinimu;
 - trečiame skirsnyje aptariami vertikalieji susitarimai, kuriems paprastai netaikoma 101 straipsnio 1 dalis. Nors VSBIR šiems susitarimams netaikomas, būtina pateikti rekomendacijas dėl sąlygų, kuriomis vertikaliesiems susitarimams netaikoma 101 straipsnio 1 dalis;
 - ketvirtame skirsnyje pateikiama daugiau rekomendacijų dėl VSBIR taikymo srities. Jame pateikiami paaiškinimai dėl VSBIR nustatytos apsaugos taisyklės ir vertikaliojo susitarimo apibrėžtis. Šiame skirsnyje taip pat konkrečiau aptariami vertikalieji susitarimai, susiję su interneto platformų ekonomika, kuri atlieka vis svarbesnį vaidmenį platinant prekes ir paslaugas ir kurioje įmonių vertikaliosius susitarimus gali būti nelengva klasifikuoti pagal sąvokas, tradiciškai siejamas su vertikaliais susitarimais. Tame skirsnyje taip pat paaiškinamos VSBIR taikymo ribos, kaip nurodyta VSBIR 2 straipsnio 2–4 dalyse, ir paaiškinamas ryšys su kitais bendrosios išimties reglamentais pagal VSBIR 2 straipsnio 8 dalį. Jame taip pat aprašomos pagrindinės platinimo sistemų rūšys. Šis apibūdinimas yra svarbus kelioms VSBIR nuostatoms, visų pirma VSBIR 4 straipsnio b punkte pateiktam pagrindinių apribojimų sąrašui;

¹ Šiomis gairėmis pakeičiamas Komisijos pranešimas „Vertikaliųjų apribojimų gairės“ (OL C 130, 2010 5 19, p. 1).

² OL L [X], [X] [X] [X], p. [X].

³ Komisija toliau stebės, kaip veikia VSBIR ir šios gairės, ir gali peržiūrėti šį pranešimą atsižvelgdama į būsimus pokyčius.

- penktame skirsnyje aptariama atitinkamų rinkų apibrėžtis ir įmonių, kurios yra vertikaliojo susitarimo šalys, rinkos dalių apskaičiavimas. Jis skirtas įvertinti, ar neviršijamos VSBIR 3 straipsnyje nustatytos rinkos dalies ribos, lemiančios VSBIR taikymą;
- šeštame skirsnyje aptariami VSBIR 4 straipsnyje nustatyti pagrindiniai apribojimai ir VSBIR 5 straipsnyje nustatyti neleistini apribojimai, įskaitant paaiškinimus, kodėl svarbu apribojimą priskirti pagrindiniams arba neleistiniams apribojimams;
- septintame skirsnyje pateikiamos rekomendacijos dėl bendrosios išimties taikymo pagal VSBIR atšaukimo remiantis 2002 m. gruodžio 16 d. Tarybos reglamento (EB) Nr. 1/2003 dėl konkurencijos taisyklių, nustatytų Sutarties 81 ir 82 straipsniuose, įgyvendinimo (toliau – Reglamentas 1/2003)⁴ 29 straipsnį ir reglamentai, kuriais paskelbiama, kad VSBIR netaikomas pagal VSBIR 6 straipsnį;
- aštuntame skirsnyje aprašoma Komisijos vykdymo užtikrinimo politika atskirais atvejais. Šiuo tikslu jame paaiškinama, kaip vertikalieji susitarimai, kuriems netaikomas VSBIR, vertinami pagal 101 straipsnio 1 ir 3 dalis, ir pateikiamos rekomendacijos dėl konkrečių vertikaliųjų susitarimų, kurių sąrašas nėra baigtinis.

1.2. 101 straipsnio taikymas vertikaliesiems susitarimams

- (5) 101 straipsnio tikslas – užtikrinti, kad įmonės nesinaudotų vertikaliais ar horizontaliais susitarimais⁵ siekdamos užkirsti kelią konkurencijai rinkoje, ją apriboti ar iškraipyti, taip galiausiai padarydamos žalą vartotojams. 101 straipsniu taip pat siekiama platesnio tikslo – sukurti integruotą vidaus rinką⁶, kuri stiprina konkurenciją Europos Sąjungoje. Įmonės negali sudaryti vertikaliųjų susitarimų, kad atkurtų privačias kliūtis tarp valstybių narių, jeigu valstybinės kliūtys buvo sėkmingai pašalintos.
- (6) 101 straipsnis taikomas vertikaliesiems susitarimams ir juose nustatytiems apribojimams, kurie gali turėti įtakos prekybai tarp valstybių narių ir kurie trukdo, riboja arba iškraipo konkurenciją⁷. Jame pateiktas teisinis vertikaliųjų apribojimų vertinimo pagrindas⁸, kuriame atsižvelgiama į antikonkurencinį ir konkurenciją skatinantį poveikį. 101 straipsnio 1 dalimi draudžiami tie susitarimai, kuriais

⁴ OL L 1, 2003 1 4, p. 1.

⁵ Taikant VSBIR, jo 1 straipsnio 1 dalies a punkte sąvoka „vertikalusis susitarimas“ apibrėžta kaip „dviejų arba daugiau įmonių, kurių kiekviena, vykdydama susitarimą arba suderintus veiksmus, veikia skirtingu gamybos arba platinimo grandinės lygmeniu, susitarimas arba suderinti veiksmai, susiję su sąlygomis, kuriomis šalys gali pirkti, parduoti arba perparduoti tam tikras prekes arba paslaugas“. Daugiau informacijos apie šią apibrėžtį pateikta šių gairių 4.2 skirsnyje.

⁶ Žr., pavyzdžiui, sprendimų *Europemballage Corporation ir Continental Can Company* / Komisija, 6/72, EU:C:1973:22, 25–26 punktus; *TeliaSonera Sverige*, C-52/09, EU:C:2011:83, 22 punktą; *Post Danmark A/S* / *Konkurrencerådet*, C-209/10, EU:C:2012:172, 20–24 punktus ir *Intel Corp. Inc.* / Komisija, C-413/14 P, EU:C:2017:632, 133 punktą.

⁷ Žr., be kita ko, sprendimus *Grundig-Consten* / Komisija, sujungtos bylos 56/64 ir 58/64, EU:C:1966:41; *Technique Minière / Maschinenbau Ulm*, 56/65, EU:C:1966:38; ir *Parker Pen* / Komisija, T-77/92, EU:T:1994:85.

⁸ Taikant VSBIR, jo 1 straipsnio 1 dalies b punkte sąvoka „vertikalusis apribojimas“ apibrėžta kaip „vertikaliam susitarime numatytas konkurencijos apribojimas, patenkantis į 101 straipsnio 1 dalies taikymo sritį“ [išskirta kursyvu]. Daugiau informacijos apie vertikaliuosius susitarimus, kurie paprastai nepatenka į 101 straipsnio 1 dalies taikymo sritį, pateikta šių gairių 3 skirsnyje.

reikšmingai ribojama ar iškraipoma konkurencija, o 101 straipsnio 3 dalyje numatyta išimtis susitarimams, kuriems taikoma 101 straipsnio 1 dalis ir kurių teikiama nauda nusveria jų antikonkurencinį poveikį⁹.

- (7) Nors privaloma vertikaliųjų susitarimų vertinimo seka nenustatyta, paprastai vertinimą sudaro šie etapai:
- (a) pirma, dalyvaujančios įmonės turi nustatyti tiekėjui ir pirkėjui tenkančias rinkos dalis rinkose, kuriose jie atitinkamai parduoda ir perka sutarties prekes ar paslaugas;
 - (b) jeigu ir tiekėjo, ir pirkėjo atitinkamos rinkos dalis neviršija 30 % ribos, vertikaliam susitarimui taikoma VSBIR sukurta apsaugos taisyklė, su sąlyga, kad jame nėra nei pagrindinių apribojimų, nei neleistinų apribojimų, kurių negalima atskirti nuo likusios vertikaliojo susitarimo dalies;
 - (c) jeigu tiekėjo ir (arba) pirkėjo atitinkamos rinkos dalis viršija 30 % ribą, būtina įvertinti, ar vertikalusis susitarimas patenka į 101 straipsnio 1 dalies taikymo sritį;
 - (d) jeigu vertikalusis susitarimas patenka į 101 straipsnio 1 dalies taikymo sritį, būtina išnagrinėti, ar jis tenkina 101 straipsnio 3 dalyje nustatytas individualiosios išimties taikymo sąlygas.

2. VERTIKALIŲJŲ SUSITARIMŲ POVEIKIS

- (8) Atliekant vertikaliųjų apribojimų vertinimą pagal 101 straipsnį ir taikant VSBIR būtina atsižvelgti į visus svarbius konkurencijos parametrus, pavyzdžiui, kainas, kiekybinę produktų gamybos apimtį, produktų kokybę ir asortimentą bei inovacijas. Taip pat reikia atsižvelgti į tai, kad vertikalieji susitarimai tarp įmonių, veikiančių skirtinguose gamybos ar platinimo grandinės lygmenyse, paprastai yra mažiau žalingi nei horizontalieji susitarimai tarp konkurentų, tiekiančių pakeičiamas prekes ar paslaugas. Iš esmės taip yra dėl to, kad vertikaliojo susitarimo šalių veikla papildo viena kitą, o tai paprastai reiškia, kad vienos iš įmonių konkurenciją skatinantys veiksmai yra naudingi kitai susitarimo šaliai ir galiausiai vartotojams. Kitaip nei horizontaliųjų susitarimų atveju, vertikaliojo susitarimo šalys yra suinteresuotos susitarti dėl mažesnių kainų ir aukštesnio paslaugų lygio, o tai taip pat naudinga vartotojams. Vertikaliojo susitarimo šalių veiklos, susijusios su prekių ar paslaugų pateikimu rinkai, papildomumas taip pat reiškia, kad vertikalieji apribojimai gali suteikti daug galimybių didinti veiksmingumą, pavyzdžiui, optimizuojant gamybos ar platinimo procesus ir paslaugas.
- (9) Įmonės, turinčios įtaką rinkoje, gali bandyti pasinaudoti vertikaliais apribojimais siekdamos antikonkurencinių tikslų, kurie galiausiai kenkia vartotojams. Įtaka rinkoje yra galimybė gana ilgą laikotarpį išlaikyti didesnes nei konkurentų kainas arba mažesnę nei konkurentų kiekybinę produktų gamybos apimtį, produktų kokybę ir asortimentą ar žemesnę nei konkurentų naujovių diegimo lygį. Įtakos rinkoje lygis, kurio paprastai reikia, kad būtų nustatytas 101 straipsnio 1 dalies nuostatų pažeidimas, yra žemesnis už įtakos rinkoje lygį, kuris reikalingas, kad būtų nustatytas dominavimas pagal 102 straipsnį. Tačiau, atsižvelgiant į vertikaliojo

⁹ Komisijos bendrąją metodiką ir 101 straipsnio 1 dalies ir visų pirma 101 straipsnio 3 dalies taikymo sąlygų aiškinimą žr. Komisijos komunikate – pranešime „Sutarties 81 straipsnio 3 dalies taikymo gairės“ (OL C 101, 2004 4 27, p. 97).

susitarimo šalių veiklos papildomumą, įmonės naudojimas įtaka rinkoje pradinės arba galutinės grandies rinkoje paprastai mažintų kitos įmonės, kuri yra vertikaliojo susitarimo šalis, sutarties prekių ar paslaugų paklausai. Todėl vertikalųjų susitarimą sudariusios įmonės dažniausia stengiasi sukliudyti kitai sutarties šaliai pasinaudoti įtaka rinkoje.

2.1. Teigiamas poveikis

- (10) Vertikalieji susitarimai gali turėti teigiamą poveikį, pavyzdžiui, mažinti kainas, skatinti ne kainų konkurenciją arba gerinti paslaugų kokybę. Ištiesiosios rankos principą atitinkantys tiekėjo ir pirkėjo sandoriai, kuriais nustatoma tik sandorio kaina ir kiekis, dažnai gali lemti neoptimalų investicijų ir pardavimo lygį, nes neatsižvelgiama į poveikį išorei, atsirandantį dėl tiekėjo ir jo platintojų veiklos papildomumo. Šis poveikis išorei skirstomas į dvi kategorijas: vertikalųjų poveikį išorei ir horizontalųjų poveikį išorei.
- (11) Vertikalusis poveikis išorei atsiranda dėl to, kad įvairiuose tiekimo ir paskirstymo grandinės lygmenyse priimami sprendimai ir atliekami veiksmai lemia prekių ar paslaugų pardavimo aspektus, pavyzdžiui, kainą, kokybę, susijusias paslaugas ir rinkodarą, o tai daro poveikį ne tik sprendimus priimančiai įmonei, bet ir kitoms įmonėms kituose tiekimo ir paskirstymo grandinės lygmenyse. Pavyzdžiui, platintojas gali negauti visos naudos iš savo pastangų didinti pardavimą, nes dalis šios naudos gali atitekti tiekėjui. Taip yra todėl, kad už kiekvieną papildomą vienetą, kurį platintojas parduoda sumažindamas perpardavimo kainą arba padidindamas pardavimo pastangas, tiekėjas gauna naudos, jei jo didmeninė kaina viršija jo ribines gamybos sąnaudas. Taigi dėl tokių platintojo veiksmų tiekėjas gali pajusti teigiamą poveikį išorei. Priešingai, gali būti atveju, kai, tiekėjo vertinimu, platintojas gali nustatyti per aukštą kainą¹⁰ ir (arba) dėti per mažai pardavimo pastangų.
- (12) Horizontalusis poveikis išorei gali būti susijęs su tų pačių prekių ar paslaugų platintojais, kai platintojas negali visiškai pasinaudoti savo pardavimo pastangų teikiama nauda. Pavyzdžiui, vieno platintojo teikiamos paklausą didinančios paslaugos iki pardavimo, kaip antai asmeninės konsultacijos dėl konkrečių prekių ar paslaugų, gali padidinti konkuruojančių platintojų, siūlančių tas pačias prekes ar paslaugas, pardavimą ir taip skatinti platintojus nemokamai pasinaudoti kitų platintojų teikiamomis brangiomis paslaugomis. Kai platinama visais kanalais (internetu ir ne internetu), pasinaudojimas gali pasireikšti abiem kryptimis¹¹. Pavyzdžiui, klientai gali apsilankyti fizinėje parduotuvėje ir išbandyti prekes ar paslaugas arba gauti kitos naudingos informacijos, kuria remdamiesi jie priims sprendimą pirkti, tačiau vėliau užsakys prekę internetu iš kito platintojo. Priešingai, klientai gali rinkti informaciją iki pirkimo (įskaitant įkvėpimą, informaciją ir vertinimą) internetinėje parduotuvėje, o tada apsilankyti fizinėje parduotuvėje ir, remdamiesi šia informacija, paprašyti ir išbandyti konkrečias prekes ar paslaugas ir galiausiai pirkti ne internetu, bet fizinėje parduotuvėje. Jei toks pasinaudojimas yra įmanomas ir jei platintojas, teikiantis paslaugas iki pardavimo, negali pasinaudoti visa nauda, tai gali lemti neoptimalų tokių paslaugų teikimą kiekybės ar kokybės atžvilgiu.

¹⁰ Kartais tai vadinama dvigubos maržos problema.

¹¹ Žr. 2017 m. gegužės 10 d. Komisijos tarnybų darbinį dokumentą „Vertikaliųjų susitarimų bendrosios išimties reglamento vertinimas“, dokumento Nr. SWD(2020) 172 *final*, p. 31–42, ir jame nurodytą vertinimo tyrimą; 2017 m. gegužės 10 d. Komisijos parengtos „E. prekybos sektoriaus tyrimo galutinės ataskaitos“, COM(2017) 229 *final*, 11 punktą.

- (13) Kai yra toks poveikis išorei, tiekėjai turi paskatų kontroliuoti tam tikrus savo platintojų veiklos aspektus. Visų pirma, vertikalieji susitarimai gali sudaryti sąlygas tiekėjams internalizuoti minėtą poveikį išorei, padidinti bendrą vertikaliosios tiekimo ir platinimo grandinės pelną ir, tam tikromis aplinkybėmis, vartotojų gerovę.
- (14) Nors šiose gairėse siekiama pateikti išsamią įvairaus vertikaliųjų apribojimų pagrindimo apžvalgą, jos nėra baigtinės arba išsamios. Tam tikrų vertikaliųjų apribojimų taikymas gali būti pateisinamas toliau išvardytomis priežastimis.
- (a) Vertikalojo poveikio išorei klausimas arba dvigubos maržos problema. Per didelės kainos, kurią nustato platintojas, neatsižvelgdamas į savo sprendimų poveikį tiekėjui, galima išvengti, jei tiekėjas platintojui nustato maksimalią perpardavimo kainą. Siekdamas padidinti platintojo pardavimo pastangas, tiekėjas gali, pavyzdžiui, taikyti pasirinktinį platinimą arba išimtinį platinimą.
 - (b) Pasinaudojimo problema. Pirkėjų pasinaudojimo kito paslaugomis problema gali atsirasti didmeninės ar mažmeninės prekybos lygmeniu, visų pirma tais atvejais, kai tiekėjas negali visiems pirkėjams nustatyti veiksmingų pardavimo skatinimo ar paslaugų reikalavimų. Pirkėjų pasinaudojimo kito paslaugomis problema gali atsirasti tik teikiant paslaugas iki pardavimo ir vykdant kitą pardavimo skatinimo veiklą, bet ne teikiant paslaugas po pardavimo, už kurias platintojas gali nustatyti kainą atskirai kiekvienam savo klientui. Pastangos iki pardavimo, kuriomis gali būti pasinaudota, gali būti svarbios, pavyzdžiui, kai prekės ar paslaugos yra santykinai naujos, techniškai sudėtingos ar didelės vertės arba kai prekių ar paslaugų reputacija yra svarbus jų paklausą lemiantis veiksnys. Nekonkuravimo apribojimai gali padėti spręsti tiekėjų pasinaudojimo problemą.
 - (c) Naujų rinkų atvėrimas arba patekimas į jas. Kai tiekėjas nori patekti į naują geografinę rinką, pavyzdžiui, eksportuodamas į kitą šalį, platintojui gali prireikti atlikti specialias negrįžtamas investicijas, būtinas prekių ženklui rinkoje įtvirtinti. Siekiant įtikinti vietos platintoją atlikti tokias investicijas, gali prireikti suteikti teritorinę apsaugą, kad platintojas galėtų susigrąžinti šias investicijas. Tai gali pateisinti kitose geografinėse rinkose esančių platintojų galimybių parduoti naujoje rinkoje apribojimą (taip pat žr. šių gairių 167 punktą). Tai ypatingas b punkte nurodytos pasinaudojimo problemos atvejis.
 - (d) Pasinaudojimo pripažinimu klausimas. Kai kuriuose sektoriuose tam tikri platintojai yra įgiję gerą reputaciją, nes tiekia tik kokybiškas prekes arba teikia kokybiškas paslaugas (vadinamieji aukščiausios klasės platintojai). Tokiu atveju gali būti ypač svarbu pardavimą vykdyti naudojantis šių platintojų paslaugomis, ypač siekiant sėkmingai pristatyti naują produktą. Jei tiekėjas negali apriboti pardavimo tokiems aukščiausios klasės platintojams, jis rizikuoja būti išbrauktas iš prekybos sąrašo. Todėl gali būti atveju, kai išimtinis arba pasirinktinis platinimas yra pateisinamas.
 - (e) Sulaikymo (angl. *hold-up*) problema. Kartais tiekėjas arba pirkėjas turi vykdyti su klientu susijusias investicijas, pavyzdžiui, investuoti į specialią įrangą arba mokymus. Pavyzdžiui, tai gali būti komponentų gamintojas, kuris turi gaminti naujas mašinas arba įrankius tam, kad patenkintų konkretų vieno iš savo klientų reikalavimą. Kai dėl tokių su klientu susijusių investicijų negalima sudaryti tiesioginės sutarties arba kai tokia sutartis yra neišsami, atitinkama įmonė gali nesugebėti įsipareigoti atlikti tiekėjo požiūriu optimalaus lygio investicijų, o tiekėjui pasirinkus pirkėją, pirkėjas gali atlikti tik neoptimalias

investicijas. Vertikalieji susitarimai gali padėti pašalinti arba sušvelninti tokią išipareigojimo problemą.

- (f) Specifinė sulaikymo problema, kuri gali kilti perduodant svarbią praktinę patirtį. Kartą suteikus praktinę patirtį, ji negali būti susigrąžinta, o šios patirties suteikėjas gali nenorėti, kad ji būtų panaudota jo konkurentų atžvilgiu arba kad ją pasinaudotų jo konkurentai. Jeigu praktinė patirtis nebuvo lengvai prieinama pirkėjui ir yra svarbi ir būtina vykdant susitarimą, toks praktinės patirties perdavimas gali pateisinti apribojimą įpareigojant nekonkuruoti, kuris tokiais atvejais paprastai nepatenka į 101 straipsnio 1 dalies taikymo sritį.
 - (g) Masto ekonomija platinimo srityje. Norėdamas pasinaudoti masto ekonomijos pranašumais ir taip sumažinti savo prekių ar paslaugų mažmeninę kainą, gamintojas gali pageidauti, kad jo prekes ar paslaugas perparduotų ribotas platintojų skaičius. Tuo tikslu jis galėtų naudoti išimtinį platinimą, išipareigojimą pirkti nustatytą minimalų kiekį, pasirinktinį platinimą, numatydamas tokį įpareigojimą, arba išimtinį pirkimą.
 - (h) Vienodumas ir kokybės standartizacija. Vertikalusis apribojimas gali padėti kurti prekių ženklo įvaizdį, kai platintojams nustatomas tam tikras vienodumo matas ir kokybės standartai ir taip didinamas prekių ar paslaugų patrauklumas galutiniam vartotojui, taigi ir jų pardavimas. Taip yra, pavyzdžiui, pasirinktinio platinimo ir franšizės atveju.
 - (i) Kapitalo rinkos trūkumai. Kapitalo teikėjai, pavyzdžiui, bankai ir akcijų rinkos, gali neoptimaliai teikti kapitalą, kai jie turi nepakankamai informacijos apie skolininko mokumą arba kai paskolos garantijos yra nepakankamos. Pirkėjas arba tiekėjas gali turėti daugiau informacijos ir, naudodamasis išimtiniais santykiais, gauti papildomą savo investicijų apsaugą. Kai tiekėjas suteikia pirkėjui paskolą, pastarajam dėl to gali būti nustatytas įpareigojimas nekonkuruoti arba pirkti nustatytą kiekį. Kai pirkėjas suteikia tiekėjui paskolą, pastarajam dėl to gali būti nustatytas išimtinio tiekimo reikalavimas arba įpareigojimas tiekti nustatytą kiekį.
- (15) Iš devynių ankstesniame punkte išvardytų atvejų matyti, kad paprastai vertikaliais susitarimais gali būti padedama pasiekti veiksmingumą ir plėtoti naujas rinkas, o tai gali atsverti neigiamą poveikį. Geriausias to pavyzdys – vertikalieji apribojimai, kuriais padedama pristatyti naujas ir sudėtingas prekes ar paslaugas arba apsaugoti su santykiais susijusias investicijas. Vertikalusis apribojimas kartais reikalingas tol, kol tiekėjas parduoda savo prekes ar paslaugas pirkėjui (visų pirma žr. ankstesnio punkto a, b, f, g ir h papunkčiuose apibūdintus atvejus).
- (16) Daugumą vertikaliųjų apribojimų galima pakeisti vieną kitu. Tai reiškia, kad ta pati neveiksmingumo problema gali būti sprendžiama taikant skirtingus vertikaliuosius apribojimus. Pavyzdžiui, masto ekonomiją platinimo srityje galima pasiekti naudojant išimtinį platinimą, pasirinktinį platinimą, privalomo kiekio nustatymą arba išimtinį tiekimą. Tačiau įvairūs vertikalieji apribojimai gali turėti skirtingą neigiamą poveikį konkurencijai, o tai svarbu vertinant apribojimo būtinumą pagal 101 straipsnio 3 dalį.

2.2. Neigiamas poveikis

- (17) Neigiamas poveikis rinkai, kurį gali daryti vertikalieji apribojimai ir kuriam siekiama užkirsti kelią remiantis ES konkurencijos teise, yra toks:

- (a) kitų tiekėjų arba kitų pirkėjų konkurencinių galimybių ribojimas didinant kliūtis patekti į rinką ar plėstis joje;
 - (b) tiekėjo ir jo konkurentų konkurencijos mažinimas ir (arba) suteikiamos galimybės (aiškiais ar numanomais būdais) šiems tiekėjams sudaryti slaptus susitarimus¹², kurie dažnai vadinami skirtingų prekių ženklų platintojų konkurencijos mažinimu;
 - (c) pirkėjo ir jo konkurentų konkurencijos mažinimas ir (arba) suteikiamos galimybės (aiškiais ar numanomais būdais) šiems pirkėjams sudaryti slaptus susitarimus. Tačiau mažai tikėtina, kad vien sumažėjusi to paties prekių ženklo platintojų konkurencija (t. y. konkurencija tarp to paties tiekėjo prekių ar paslaugų platintojų) gali turėti neigiamą poveikį vartotojams, jei skirtingų prekių ženklų platintojų konkurencija (t. y. konkurencija tarp skirtingų tiekėjų prekių ar paslaugų platintojų) yra stipri;
 - (d) rinkos integracijos kliūčių kūrimas, įskaitant visų pirma vartotojų galimybių pirkti prekes arba paslaugas bet kurioje valstybėje narėje apribojimą.
- (18) Konkurencinių galimybių ribojimas, konkurencijos mažinimas ir slapti susitarimai tiekėjų lygmeniu gali pakenkti vartotojams, visų pirma dėl padidėjusių prekių ar paslaugų didmeninių kainų (dėl kurių savo ruožtu gali padidėti mažmeninės kainos), ribojamo prekių ar paslaugų pasirinkimo, prastesnės jų kokybės arba mažesnių inovacijų tiekėjų lygmeniu. Konkurencinių galimybių ribojimas, konkurencijos mažinimas ir slapti susitarimai platintojų lygmeniu gali pakenkti vartotojams, visų pirma dėl padidėjusių prekių ar paslaugų mažmeninių kainų, ribojamo kainų ir aptarnavimo derinio ir platinimo būdų pasirinkimo, mažesnio mažmeninių paslaugų prieinamumo ir kokybės, taip pat mažesnių inovacijų platinimo lygmeniu.
- (19) Rinkoje, kurioje atskiri platintojai platina tik vieno tiekėjo prekių ženklo (-ų) produktus, sumažėjus to paties prekių ženklo platintojų konkurencijai sumažės konkurencija tarp vieno konkretaus prekių ženklo platintojų, bet tai gali neturėti neigiamo poveikio platintojų konkurencijai apskritai. Tokiu atveju, jei vyksta arši skirtingų prekių ženklų platintojų konkurencija, nepanašu, kad sumažėjusi to paties prekių ženklo platintojų konkurencija lemtų neigiamą poveikį vartotojams.
- (20) Galimas neigiamas vertikalųjų apribojimų poveikis sustiprinamas, kai keli tiekėjai ir jų pirkėjai organizuoja savo prekybą panašiu būdu, ir sukiamas vadinamasis kumuliatyvus poveikis¹³.

3. VERTIKALIEJI SUSITARIMAI, KURIE PAPRASTAI NEPATENKA Į 101 STRAIPSNIO 1 DALIES TAIKYMO SRITĮ

3.1. Poveikio prekybai, nedidelės svarbos susitarimams ir MVĮ nebuvimas

- (21) Prieš aptariant VSBIR taikymo sritį, jo taikymą ir apskritai vertikalųjų susitarimų vertinimą pagal 101 straipsnio 1 ir 3 dalis, svarbu priminti, kad VSBIR taikomas tik susitarimams, patenkantiems į 101 straipsnio 1 dalies taikymo sritį.

¹² Dėl aiškaus ir numanomo susitarimo sąvokų žr. Sprendimą *Ahlström Osakeyhtiö ir kt. / Komisija*, sujungtos bylos C-89/85, C-104/85, C-114/85, C-116/85, C-117/85 ir C-125/85–C-129/85, EU:C:1993:120.

¹³ Kumuliatyvus poveikis visų pirma gali pateisinti VSBIR taikymo atšaukimą, žr. šių gairių 7.1 skirsnį.

- (22) Susitarimai, kurie negali reikšmingai paveikti valstybių narių tarpusavio prekybos (poveikio prekybai nebuvimas) arba kurie reikšmingai neriboja konkurencijos (nedidelės svarbos susitarimai), nepatenka į 101 straipsnio 1 dalies taikymo sritį¹⁴. Komisija yra pateikusi informaciją dėl poveikio prekybai nebuvimo Komisijos gairėse dėl Sutarties 81 ir 82 straipsniuose pateiktos poveikio prekybai sąvokos (toliau – Gairės dėl poveikio prekybai)¹⁵, o dėl nedidelės svarbos susitarimų – Komisijos pranešime dėl nedidelės svarbos susitarimų, kurie reikšmingai neriboja konkurencijos pagal Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo 101 straipsnio 1 dalį (toliau – *De minimis* pranešimas)¹⁶. Šios gairės nedaro poveikio Gairėms dėl poveikio prekybai ir *De minimis* pranešimui, taip pat bet kokioms būsimoms Komisijos rekomendacijoms šiuo klausimu.
- (23) Gairėse dėl poveikio prekybai išdėstyti Sąjungos teismų nustatyti principai, pagal kuriuos aiškinama poveikio prekybai sąvoka, ir nurodoma, kada susitarimai greičiausiai nedarys reikšmingo poveikio valstybių narių tarpusavio prekybai. Jose pateikta neigiama nuginčijamoji prezumpcija, kuri taikoma visiems susitarimams, kaip apibrėžta 101 straipsnio 1 dalyje, neatsižvelgiant į tokiuose susitarimuose numatytų apribojimų pobūdį, taigi taikoma ir susitarimams, kuriuose yra pagrindinių apribojimų¹⁷. Pagal šią prezumpciją vertikalieji susitarimai iš esmės negali daryti reikšmingo poveikio valstybių narių tarpusavio prekybai, kai i) bendra šalių rinkos dalis bet kurioje atitinkamoje Sąjungos rinkoje, kuriai taikomas susitarimas, neviršija 5 % ir ii) bendra tiekėjo metinė apyvarta Sąjungoje, gauta tiekiant produktus, kuriems taikomas susitarimas, neviršija 40 mln. EUR¹⁸. Komisija gali paneigti prezumpciją tik tada, kai nagrinėjant susitarimo savybes ir bendras jo ekonomines aplinkybes prieinama prie priešingos išvados.
- (24) Kaip nurodyta *De minimis* pranešime, paprastai laikoma, kad nekonkuruojančių įmonių sudaryti vertikalieji susitarimai nepatenka į 101 straipsnio 1 dalies taikymo sritį, jei kiekvienos iš susitarimo šalių užimama rinkos dalis neviršija 15 % bet kurioje iš atitinkamų rinkų, kurioms susitarimas daro poveikį¹⁹. Šiai bendrai taisyklei taikomos dvi išimtys. Pirma, kalbant apie pagrindinius apribojimus, 101 straipsnio 1 dalis taikoma neatsižvelgiant į šalių užimamas rinkos dalis²⁰. Taip yra todėl, kad susitarimas, kuris gali paveikti valstybių narių tarpusavio prekybą ir kurio tikslas yra antikonkurencinis, dėl savo pobūdžio ir neatsižvelgiant į bet koki konkretų jo poveikį yra reikšmingas konkurencijos apribojimas²¹. Antra, 15 % rinkos dalies riba sumažinama iki 5 %, kai konkurenciją atitinkamoje rinkoje riboja kumuliatyvus lygiagrečių susitarimų tinklų poveikis. Šių gairių 241–243 punktuose aptariamas kumuliatyvus poveikis, susijęs su VSBIR taikymo atšaukimu. *De minimis* pranešime paaiškinta, kad atskiri tiekėjai ar platintojai, kurių rinkos dalis neviršija 5 %,

¹⁴ Žr. Sprendimo *Expedia Inc. / Autorité de la concurrence*, C-226/11, EU:C:2012:795, 16 ir 17 punktus su tolesnėmis nuorodomis.

¹⁵ OL C 101, 2004 4 27, p. 81.

¹⁶ OL C 291, 2014 8 30, p. 1.

¹⁷ Gairės dėl poveikio prekybai, 50 punktas.

¹⁸ Gairės dėl poveikio prekybai, 52 punktas.

¹⁹ *De minimis* pranešimo 8 punktas, kuriame taip pat nustatyta rinkos dalies riba faktinių arba potencialių konkurentų susitarimams, pagal kurią tokie susitarimai reikšmingai neriboja konkurencijos, kaip apibrėžta 101 straipsnio 1 dalyje, jei bendra susitarimo šalių rinkos dalis neviršija 10 % bet kurioje atitinkamoje rinkoje, kuriai susitarimas daro poveikį.

²⁰ Žr. sprendimus *Völk / Vervaecke*, 5/69, ECLI:EU:C:1969:35; *Cadillon / Höss*, 1/71, EU:C:1971:47 ir *Javico / Yves Saint Laurent*, C-306/96, EU:C:1998:173, 16 ir 17 punktai.

²¹ Sprendimas *Expedia Inc. / Autorité de la concurrence*, C-226/11, EU:C:2012:795, 37 punktas.

paprastai nelaikomi reikšmingai prisidedančiais prie kumuliatyvaus ribojamojo poveikio konkurencinėms galimybėms²².

- (25) Be to, nėra daroma prielaida, kad vertikalieji susitarimai, sudaryti įmonių, kurių vienos ar kelių individuali rinkos dalis viršija 15 %, automatiškai patenka į 101 straipsnio 1 dalies taikymo sritį. Tokiais susitarimais vis dar gali būti nedaromas reikšmingas poveikis valstybių narių tarpusavio prekybai arba jie gali neriboti konkurencijos reikšmingai²³. Todėl jie turi būti vertinami atsižvelgiant į jų teises ir ekonomines aplinkybes. Šiose gairėse pateikiami individualaus tokių susitarimų vertinimo kriterijai.
- (26) Be to, Komisija mano, kad mažųjų ir vidutinių įmonių (toliau – MVI)²⁴ vertikalieji susitarimai retai gali daryti reikšmingą poveikį valstybių narių tarpusavio prekybai. Komisija taip pat mano, kad tokie susitarimai retai reikšmingai riboja konkurenciją, kaip apibrėžta 101 straipsnio 1 dalyje, nebent jų tikslas yra konkurencijos ribojimas, kaip apibrėžta 101 straipsnio 1 dalyje. Todėl MVI vertikalieji susitarimai paprastai nepatenka į 101 straipsnio 1 dalies taikymo sritį. Tais atvejais, kai tokie susitarimai vis dėlto atitinka 101 straipsnio 1 dalies taikymo sąlygas, Komisija dėl nepakankamo Europos Sąjungos intereso paprastai nepradės procedūrų, nebent tokios įmonės kartu arba atskirai užima dominuojančią padėtį didelėje vidaus rinkos dalyje.

3.2. Atstovavimo susitarimai

3.2.1. Atstovavimo susitarimų apibrėžtis

- (27) Atstovas – tai juridinis arba fizinis asmuo, kuriam suteikiami įgaliojimai kito asmens (atstovaujamojo) vardu derėtis ir (arba) sudaryti sutartis paties atstovo arba atstovaujamojo vardu dėl prekių arba paslaugų atstovaujamojam pirkimo arba atstovaujamojo tiekiamų prekių arba paslaugų pardavimo.
- (28) Tam tikromis aplinkybėmis atstovo ir atstovaujamojo santykiai gali būti apibūdinami kaip santykiai, kai atstovas neveikia kaip nepriklausomas ekonominės veiklos vykdytojas. Taip yra tada, kai atstovas neprisiima jokios finansinės ar komercinės rizikos, susijusios su atstovaujamojo vardu sudarytomis sutartimis ar derybomis dėl jų, arba ta rizika yra nereikšminga, kaip paaiškinta toliau²⁵. Tokiu atveju atstovavimo susitarimas nepatenka į 101 straipsnio 1 dalies taikymo sritį. Atliekant vertinimą nėra reikšminga, kaip susitarimas kvalifikuojamas šalių arba nacionalinės teisės aktu. Kadangi jie yra 101 straipsnio bendro taikymo įmonių susitarimams išimtis, susitarimo priskyrimo atstovavimo susitarimams 101 straipsnio 1 dalies taikymo tikslais sąlygos turėtų būti aiškinamos siaurai.
- (29) Yra trys finansinės ir komercinės rizikos rūšys, svarbios susitarimus priskiriant atstovavimo susitarimams 101 straipsnio 1 dalies taikymo tikslu.
- Pirma, yra sutartims būdinga rizika, tiesiogiai susijusi su atstovaujamojo vardu atstovo sudarytomis ir (arba) suderėtomis sutartimis, pavyzdžiui, sutartimis dėl atsargų finansavimo.

²² *De minimis* pranešimo 8 punktą.

²³ Žr. Sprendimo *Langnese-Iglo / Komisija*, T-7/93, EU:T:1995:98, 98 punktą.

²⁴ Kaip nustatyta 2003 m. gegužės 6 d. Komisijos rekomendacijos dėl labai mažų, mažųjų ir vidutinių įmonių apibrėžimo (OL L 124, 2003 5 20, p. 36) priede.

²⁵ Žr. sprendimus *Daimler Chrysler / Komisija*, T-325/01, EU:T:2005:322; *Confederación Española de Empresarios de Estaciones de Servicio / CEPSA*, C-217/05, EU:C:2006:784; ir *CEPSA Estaciones de Servicio SA / LV Tobar e Hijos SL*, C-279/06, EU:C:2008:485.

- Antra, egzistuoja rizika, susijusi su rinkos investicijomis. Tai investicijos, kurių reikia tam tikros rūšies atstovo veiklai, kurią vykdyti jį paskyrė atstovaujamas, t. y. investicijos, kurių reikia, kad atstovas galėtų sudaryti ir (arba) suderėti tokios rūšies sutartį. Tokios investicijos paprastai yra prarandamos, tai reiškia, kad jei tam tikra veikla nutraukiama, jų negalima panaudoti kitai veiklai arba parduoti be didelių nuostolių.
 - Trečia, kyla su kita toje pačioje produkto rinkoje vykdoma veikla susijusi rizika, jei atstovaujamas reikalauja, kad pagal atstovavimo santykius atstovas imtųsi tokios veiklos, bet ne kaip atstovaujamojo atstovas, o savo rizika.
- (30) Taikant SESV 101 straipsnio 1 dalį, susitarimas bus laikomas atstovavimo susitarimu, jei atstovas neprisiims jokios arba prisiims tik nereikšmingą trijų pirmiau minėtų rūšių riziką. Tokios atstovo prisiimamos rizikos reikšmingumas paprastai turi būti vertinamas atsižvelgiant į atstovo pajamas, gautas teikiant atstovavimo paslaugas, o ne į pajamas, gautas pardavus prekes ar paslaugas, kurioms taikomas atstovavimo susitarimas. Tačiau rizika, apskritai susijusi su atstovavimo paslaugų teikimu, t. y. rizika, susijusi su atstovo pajamų priklausomybe nuo jo sėkmės darbe arba su bendromis investicijomis, pavyzdžiui, nuomojant patalpas arba samdant personalą, kuriuos galima panaudoti bet kokios rūšies veiklai, atliekant šį vertinimą nėra svarbi.
- (31) Atsižvelgiant į tai, kas išdėstyta pirmiau, 101 straipsnio 1 dalies taikymo tikslais toliau pateikiamas atstovavimo susitarimams būdingų savybių pavyzdžių sąrašas. Taip yra tuo atveju, kai atstovas:
- (a) neįgyja prekių, kurios perkamos ar parduodamos pagal atstovavimo susitarimą, nuosavybės teisės ir pats neteikia sutartyje numatytų paslaugų. Tai, kad atstovas gali laikinai, labai trumpam laikui, įgyti sutarties prekių nuosavybės teisę parduodamas jas atstovaujamojo vardu, nereiškia, kad nėra atstovavimo susitarimo, jei atstovas nepatiria jokių išlaidų ar rizikos, susijusių su tokiu nuosavybės teisės perleidimu;
 - (b) neprisideda prie išlaidų, susijusių su sutarties prekių arba paslaugų teikimu ir (arba) pirkimu, įskaitant prekių pervežimo išlaidas, dengimo. Tai nereiškia, kad atstovas negali teikti transportavimo paslaugų, jeigu išlaidas dengia atstovaujamas;
 - (c) savo rizika arba sąskaita nelaiko sutarties prekių atsargų, įskaitant atsargų finansavimo išlaidas ir atsargų praradimo išlaidas, ir gali grąžinti neparduotas prekes atstovaujajam be išlaidų, nebent atstovas yra atsakingas dėl kaltės (pvz., nesilaikė tinkamų saugumo priemonių, kad išvengtų atsargų praradimo);
 - (d) nėra atsakingas, jeigu klientai nevykdo sutarties (pavyzdžiui, klientas neatlieka mokėjimų), išskyrus atstovo komisinių praradimą, nebent atstovas yra atsakingas dėl kaltės (pavyzdžiui, nesilaikė tinkamų saugumo priemonių arba apsisaugojimo nuo vagystės priemonių arba nepranešė apie vagystę atstovaujajam ar policijai, arba nepranešė atstovaujajam visos būtinos turimos informacijos apie kliento finansinį patikimumą);
 - (e) neprisiima atsakomybės klientų ar kitų trečiųjų šalių atžvilgiu už nuostolius ar žalą, padarytus dėl sutarties prekių tiekimo ar paslaugų teikimo, nebent jis, kaip atstovas, yra atsakingas dėl kaltės šiuo atžvilgiu;
 - (f) nei tiesiogiai, nei netiesiogiai nėra įpareigotas investuoti į pardavimo skatinimą, įskaitant darant įnašus į atstovaujamojo reklamos biudžetą arba

reklamos ar pardavimo skatinimo veiklą, konkrečiai susijusią su sutarties prekėmis ar paslaugomis;

- (g) nedaro rinkos investicijų į įrangą, patalpas, personalo mokymą arba reklamą, konkrečiai susijusią su sutarties prekėmis ar paslaugomis, pavyzdžiui, į benzino saugojimo rezervuarą, reikalingą mažmeninei prekybai benzinu, konkrečią programinę įrangą, kuri draudimo agentams reikalinga draudimo liudijimams parduoti, ar, kelionių agentų, parduodančių skrydžių bilietus ar apgyvendinimą viešbučiuose, atveju, į reklamą, susijusią su maršrutais ar kelionės kryptimis, nebent šias išlaidas visiškai padengia atstovaujamas;
 - (h) toje pačioje produkto rinkoje nevykdo kitos atstovaujamojo reikalaujamos veiklos pagal atstovavimo santykius (pvz., prekių pristatymo), nebent už visą šią veiklą atlygina atstovaujamas.
- (32) Tačiau, kai atstovas patiria vieną ar daugiau šių gairių 28–31 punktuose nurodytų rizikos ar išlaidų rūšių, atstovo ir atstovaujamojo susitarimas nebus laikomas atstovavimo susitarimu. Rizikos klausimas turi būti vertinamas kiekvienu atveju atskirai ir atsižvelgiant į tikrąją ekonominę padėtį, o ne į teisinę formą. Praktiniais sumetimais rizikos analizė gali būti pradėta nuo sutarčiai būdingos rizikos vertinimo. Jeigu atstovas patiria su sutartimi susijusią riziką, kuri nėra nereikšminga, to pakaks nuspręsti, kad atstovas yra nepriklausomas platintojas. Ir, priešingai, jeigu atstovas nepatiria jokios su sutartimi susijusios rizikos, reikės tęsti analizę vertinant su rinkos investicijomis susijusią riziką. Galiausiai, jeigu atstovas nepatiria jokios su sutartimi susijusios rizikos ir su rinkos investicijomis susijusios rizikos, gali būti nagrinėjama su kitomis reikalaujamomis veiklos rūšimis pagal atstovavimo santykius susijusi rizika toje pačioje produkto rinkoje.
- (33) Atstovaujamas gali taikyti įvairius metodus, kad padengtų atitinkamą riziką, jei tokie metodai užtikrina, kad atstovas neprisiima jokios arba prisiima tik nereikšmingą šių gairių 28–31 punktuose nurodytų rūšių riziką. Pavyzdžiui, atstovaujamas gali nuspręsti kompensuoti tiksliai patirtas išlaidas, padengti išlaidas nustatyta vienkartinė suma arba sumokėti atstovui nustatytą procentinę pajamų, gautų už pagal atstovavimo susitarimą parduotas prekes ar paslaugas, dalį. Siekiant užtikrinti, kad būtų padengta visa atitinkama rizika, gali prireikti numatyti paprastą būdą, kuriuo atstovas galėtų deklaruoti ir prašyti kompensuoti bet kokias išlaidas, viršijančias sutartą vienkartinę sumą arba nustatytą procentinę dalį. Taip pat gali prireikti, kad atstovaujamas sistemingai stebėtų bet kokius atitinkamų išlaidų pokyčius ir atitinkamai koreguotų vienkartinę sumą arba nustatytą procentinę dalį. Jeigu atitinkamos išlaidos kompensuojamos padengiant pagal atstovavimo susitarimą parduotų produktų kainos procentinę dalį, atstovaujamas taip pat turėtų atsižvelgti į tai, kad atstovas gali patirti su atitinkama rinka susijusių investicinių išlaidų net ir tuo atveju, kai tam tikrą laikotarpį parduoda nedaug arba visai neparduoda. Tokias išlaidas turi kompensuoti atstovaujamas.
- (34) Nepriklausomas tam tikrų tiekėjo prekių ar paslaugų platintojas taip pat gali veikti kaip to paties tiekėjo kitų prekių ar paslaugų atstovas, jei galima veiksmingai apibrėžti atstovavimo susitarime numatytą veiklą ir riziką (pavyzdžiui, dėl to, kad ji susijusi su prekėmis ar paslaugomis, turinčiomis papildomų funkcijų ar naujų savybių). Kad susitarimas būtų laikomas atstovavimo susitarimu taikant 101 straipsnį, nepriklausomas platintojas turi būti iš tikrųjų laisvas sudaryti atstovavimo susitarimą (pavyzdžiui, atstovaujamas neturi *de facto* primesti atstovavimo santykių grasindamas nutraukti arba pabloginti platinimo santykių sąlygas) ir, kaip nurodyta

šių gairių 28–31 punktuose, visą atitinkamą riziką, susijusią su prekių ar paslaugų, kurioms taikomas atstovavimo susitarimas, pardavimu, įskaitant su rinka susijusias investicijas, turi prisiimti atstovaujamas.

- (35) Kai atstovas savo rizika imasi kitos veiklos to paties ar kitų tiekėjų vardu, kyla pavojus, kad atstovui nustatytos sąlygos, susijusios su jo atstovavimo veikla, turės įtakos jo paskatoms ir apribos jo sprendimų priėmimo laisvę, kai jis parduoda produktus vykdydamas savarankišką veiklą. Visų pirma, kyla pavojus, kad atstovaujamojo kainų politika, taikoma pagal atstovavimo susitarimą parduodamiems produktams, turės įtakos atstovo ir (arba) platintojo paskatoms nepriklausomai nustatyti kainas produktams, kuriuos jis parduoda kaip nepriklausomas platintojas. Be to, derinant tarpininkavimą ir nepriklausomą platinimą to paties tiekėjo vardu, kyla sunkumų atskiriant investicijas ir sąnaudas, susijusias su tarpininkavimo funkcija, įskaitant su rinka susijusias investicijas, nuo investicijų ir sąnaudų, susijusių tik su nepriklausoma veikla. Todėl tokiais atvejais vertinimas, ar atstovavimo santykiai atitinka šių gairių 28–31 punktuose nustatytas sąlygas, gali būti ypač sudėtingas²⁶.
- (36) Šių gairių 28–31 punktuose apibūdinta rizika ypač aktuali, jei atstovas vykdo kitą nepriklausomo platintojo veiklą to paties atstovaujamojo vardu toje pačioje produkto rinkoje. Atvirkščiai, ši rizika yra mažiau tikėtina, jei kita veikla, kurią atstovas vykdo kaip nepriklausomas platintojas, yra susijusi su kita produkto rinka²⁷. Apskritai, kuo mažiau pakeičiami produktai, tuo mažiau tikėtina, kad tokia rizika gali atsirasti. Produktų rinkose, kuriose yra produktų, neturinčių objektyviai skirtingų savybių, pavyzdžiui, aukštesnės kokybės, naujų savybių ar papildomų funkcijų, toks atskyrimas yra sudėtingesnis, todėl gali kilti reikšminga rizika, kad atstovui gali daryti įtaką atstovavimo susitarimo sąlygos, visų pirma susijusios su kainų nustatymu produktams, kuriuos jis platina savarankiškai.
- (37) Siekdamas nustatyti su rinka susijusias investicijas, kurios turi būti kompensuojamos sudarant atstovavimo susitarimą su vienu iš nepriklausomų platintojų, kuris jau veikia atitinkamoje rinkoje, atstovaujamas turėtų apsvarstyti hipotetinę atstovo, kuris dar nevykdo veiklos atitinkamoje rinkoje, situaciją, kad įvertintų, kokios investicijos yra svarbios veiklos, kuriai atstovas yra paskirtas, rūšiai. Vienintelės su rinka susijusios investicijos, kurių atstovaujamas neprivalėtų padengti, būtų išimtinai susijusios su diferencijuotų produktų, kurie parduodami ne pagal atstovavimo susitarimą, o platinami savarankiškai, pardavimu toje pačioje produkto rinkoje, kitaip nei su rinka susijusios investicijos, reikalingos veiklai atitinkamoje produkto rinkoje vykdyti, kurias atstovaujamas turėtų padengti visais atvejais. Taip yra todėl, kad atstovas nepatirtų su rinka susijusių sąnaudų dėl diferencijuotų produktų, jei jis taip pat neveiktų kaip nepriklausomas šių produktų platintojas, be produktų, kuriuos jis platina kaip atstovas, su sąlyga, kad jis gali veikti atitinkamoje rinkoje neparduodamas pirmųjų produktų. Jeigu atitinkamos investicijos jau buvo nudėvėtos (pvz., investicijos į su veikla susijusius baldus), kompensacija gali būti koreguojama proporcingai.

²⁶ 1975 m. gruodžio 16 d. Teisingumo Teismo sprendimas *Coöperatieve Vereniging „Suiker Unie“ UA ir kiti / Europos Bendrijų Komisija*, sujungtos bylos 40–48, 50, 54–56, 111, 113 ir 114–73, ECLI:EU:C:1975:174, 537–557 punktai.

²⁷ 2005 m. rugsėjo 15 d. Pirmosios instancijos teismo (penktoji kolegija) sprendimas *DaimlerChrysler AG / Europos Bendrijų Komisija*, T-325/01, ECLI:EU:T:2005:322, 100 ir 113 punktai.

- (38) Pavyzdys, kaip galima paskirstyti išlaidas, jei platintojas yra ir tam tikrų to paties tiekėjo produktų pardavimo atstovas.

Nepriklausomas platintojas parduoda produktus A, B ir C. Produktai A ir B priklauso tai pačiai produkto rinkai, kurią sudaro diferencijuoti produktai, pasižymintys objektyviai skirtingomis savybėmis. Produktas C priklauso kitai produkto rinkai.

Produkto B tiekėjas paprastai platina savo produktus naudodamasis nepriklausomų platintojų paslaugomis. Tačiau tam tikros to paties produkto, t. y. produkto A, kuris pasižymi naujomis funkcijomis, rūšies platinimui jis nori naudoti atstovavimo susitarimą, kurį siūlo savo esamiems nepriklausomiems platintojams toje pačioje produkto rinkoje, nereikalaudamas *de jure* ar *de facto*, kad jie sudarytų šį susitarimą.

Kad atstovavimo susitarimas nepatektų į SESV 101 straipsnio 1 dalies taikymo sritį ir atitiktų šių gairių 28–31 punktuose nustatytas sąlygas, atstovaujamas turi padengti visas atitinkamas investicijas į kiekvieno iš produktų A ir B (o ne tik produktų A) pardavimo veiklą, nes jie priklauso tai pačiai produkto rinkai. Pavyzdžiui, visos išlaidos, patirtos pritaikant ar įrengiant parduotuvę, kad joje būtų galima eksponuoti ir parduoti produktus A ir B, greičiausiai yra susijusios su rinka. Taip pat tikėtina, kad su rinka susijusios išlaidos, patiriamos mokant darbuotojus, kad jie galėtų parduoti produktus A ir B, ir išlaidos, susijusios su specialia sandėliavimo įranga, kurios gali reikėti produktams A ir B. Šias atitinkamas investicijas, kurias įprastai turi atlikti atstovas, kad patektų į rinką ir pradėtų parduoti produktus A ir B, turėtų padengti atstovaujamas, net jei konkretus atstovas jau yra įsitvirtinęs toje rinkoje kaip nepriklausomas platintojas.

Tačiau atstovaujamas neprivalėtų padengti investicijų, skirtų produkto C, kuris nepriklauso tai pačiai produkto rinkai, kaip produktai A ir B, pardavimui. Be to, jeigu produkto B pardavimui reikalingos konkrečios investicijos, kurios nėra būtinos produkto A pardavimui (pvz., specialūs baldai arba darbuotojų mokymas), tokios investicijos nebūtų svarbios, todėl jų neturėtų padengti atstovaujamas, su sąlyga, kad platintojas gali veikti atitinkamoje rinkoje, apimančioje produktus A ir B, parduodamas tik produktą A.

Kalbant apie reklamą, investicijos į pačią atstovo parduotuvės reklamą (o ne konkrečiai produkto A reklamą) būtų naudingos tiek atstovo parduotuvei apskritai, tiek produktų A, B ir C pardavimui, nors pagal atstovavimo susitarimą parduodamas tik produktas A. Todėl šios išlaidos būtų iš dalies svarbios vertinant atstovavimo susitarimą tiek, kiek jos susijusios su produkto A, parduodamo pagal atstovavimo susitarimą, pardavimu, taip pat būtų svarbios bendrai produktų A ir B pardavimo veiklai. Tačiau reklaminės kampanijos, susijusios tik su produktais B arba C, išlaidos nebūtų svarbios, todėl jų nereikėtų padengti atstovaujamajam, su sąlyga, kad platintojas gali veikti atitinkamoje rinkoje parduodamas tik produktą A.

Tie patys principai taikomi investicijoms į interneto svetainę ar internetinę parduotuvę, nes dalis šių investicijų nebūtų svarbios, nes jos turėtų būti atliekamos neatsižvelgiant į produktus, parduodamus pagal atstovavimo susitarimą. Todėl bendrosios investicijos į interneto svetainės dizainą neturėtų būti kompensuojamos, jei pati svetainės struktūra galėtų būti naudojama ne tik atitinkamai produkto rinkai priklausančioms produktams (pavyzdžiui, produktams C arba apskritai ne tik produktams A ir B) parduoti. Tačiau investicijos, susijusios su produktų, priklausančių atitinkamai produkto (t. y. ir produkto A, ir produkto B) rinkai, pardavimo ar reklamos interneto svetainėje veikla, būtų svarbios. Todėl, priklausomai nuo investicijų, reikalingų produktams A ir B

reklamuoti ir parduoti interneto svetainėje, dydžio, užsakovas turėtų padengti dalį interneto svetainės arba internetinės parduotuvės sukūrimo išlaidų. Bet kokios konkrečios investicijos, skirtos tik produktui B reklamuoti ar parduoti, neturi būti kompensuojamos, su sąlyga, kad platintojas gali veikti atitinkamoje rinkoje parduodamas tik produktą A.

3.2.2. *101 straipsnio 1 dalies taikymas atstovavimo susitarimams*

- (39) Jei susitarimas atitinka sąlygas, kad būtų laikomas atstovavimo susitarimu 101 straipsnio 1 dalies taikymo tikslais, atstovo atliekama pardavimo ar pirkimo funkcija yra atstovaujamojo veiklos dalis. Kadangi atstovaujamasis prisiima komercinę ir finansinę riziką, susijusią su sutarties prekių ar paslaugų pardavimu ir pirkimu, visi atstovui taikomi įsipareigojimai, susiję su atstovaujamojo vardu sudarytomis ir (arba) suderėtomis sutartimis, nepatenka į 101 straipsnio 1 dalies taikymo sritį. Bus laikoma, kad atstovo prisiimami įsipareigojimai, išvardyti šio punkto pabaigoje, yra neatsiejama atstovavimo susitarimo dalis, nes šie įsipareigojimai yra susiję su atstovaujamojo galimybe nustatyti atstovo veiklos, susijusios su sutarties prekėmis ar paslaugomis, apimtį. Tai būtina, jei atstovaujamasis turi prisiimti riziką, susijusią su sutartimis, kurias atstovaujamojo vardu sudaro ir (arba) dėl kurių derasi atstovas. Taigi atstovaujamasis gali nustatyti komercinę strategiją, susijusią su:
- (a) teritorijos, kurioje atstovas gali parduoti šias prekes ar paslaugas, apribojimais;
 - (b) klientų grupių, kurioms atstovas gali parduoti sutarties prekes ar paslaugas, apribojimais, arba
 - (c) kainomis ir sąlygomis, kuriomis atstovas privalo parduoti ar pirkti sutarties prekes ar paslaugas.
- (40) Priešingai, jeigu atstovas prisiima vienos ar kelių rūšių susijusią riziką, apibūdintą šių gairių 28–31 punktuose, atstovo ir atstovaujamojo susitarimas nelaikomas atstovavimo susitarimu 101 straipsnio 1 dalies taikymo tikslu. Tokiomis aplinkybėmis atstovas bus laikomas nepriklausoma įmone, o atstovo ir atstovaujamojo susitarimui, kaip ir bet kuriam kitam vertikaliam susitarimui, bus taikoma 101 straipsnio 1 dalis. Dėl šios priežasties VSBIR 1 straipsnio 1 dalies k punkte paaiškinta, kad įmonė, kuri pagal susitarimą, kuriam taikoma 101 straipsnio 1 dalis, parduoda prekes ar paslaugas kitos įmonės vardu, yra pirkėjas.
- (41) Net jei atstovas neprisiima jokios rizikos arba prisiima tik nereikšmingą šių gairių 28–31 punktuose apibūdintą riziką, jis išlieka atskira nuo atstovaujamojo nepriklausoma įmone, taigi nuostatos dėl atstovo ir atstovaujamojo santykių gali pažeisti 101 straipsnio 1 dalį, neatsižvelgiant į tai, ar jos yra susitarimo, reglamentuojančio sutarties produktų pardavimą ar pirkimą, ar atskiros susitarimo dalis. Tokioms nuostatomis gali būti taikomas VSBIR, ypač jei tenkinamos VSBIR 5 straipsnyje nustatytos sąlygos, arba, be VSBIR, atskirais atvejais jos gali tenkinti 101 straipsnio 3 dalies sąlygas, kaip apibūdinta šių gairių 8.1.2 skirsnyje. Pavyzdžiui, atstovavimo susitarimuose gali būti nuostata, pagal kurią atstovaujamajam neleidžiama paskirti kito atstovo tam tikros rūšies sandorio, pirkėjo arba teritorijos atžvilgiu (išimtinio atstovavimo nuostata), ir (arba) nuostata, pagal kurią atstovui neleidžiama dirbti įmonių, konkuruojančių su atstovaujamuoju, atstovu arba platintoju (nuostatos dėl įsipareigojimo pirkti iš vieno tiekėjo). Išimtinio atstovavimo nuostatos paprastai nesukelia antikoncepcinio poveikio. Tačiau nuostatos dėl įsipareigojimo pirkti iš vieno tiekėjo ir nuostatos dėl įsipareigojimo nekonkuruoti pasibaigus terminui, susijusios su skirtingų prekių ženklų platintojų konkurencija,

gali pažeisti 101 straipsnio 1 dalį, jei jos prisideda prie (kumuliatyvaus) ribojamojo poveikio konkurencinėms galimybėms atitinkamoje rinkoje, kurioje yra parduodamos arba perkamos sutarties prekės ar paslaugos (visų pirma žr. šių gairių 8.2.1 ir 6.2.2 skirsnius).

- (42) Atstovavimo susitarimas taip pat gali patekti į 101 straipsnio 1 dalies taikymo sritį, net jei atstovaujajam tenka visa susijusi finansinė ir komercinė rizika, kai tokiu susitarimu suteikiama galimybė sudaryti slaptą susitarimą. Pavyzdžiui, tai gali būti atvejis, kai keli atstovaujantieji kartu turi tuos pačius atstovus, kitiems neleisdami naudotis tų atstovų paslaugomis, arba kai jie naudojami atstovų paslaugomis, kad slapta susitartų dėl rinkodaros strategijos arba tarpusavyje pasikeistų slapta rinkos informacija.
- (43) Jei nepriklausomas platintojas taip pat veikia kaip to paties tiekėjo tam tikrų prekių ar paslaugų atstovas, turi būti griežtai vertinama, ar laikomasi šių gairių 34–37 punktuose nustatytų reikalavimų. Tai būtina, kad būtų išvengta piktnaudžiavimo tarpininkavimo sąvoka tais atvejais, kai tiekėjas iš tikrųjų nepradeda veikti mažmeninės prekybos lygmeniu, priimdamas visus susijusius platinimo sprendimus ir prisiimdamas visą susijusią riziką pagal 28–31 punktuose nustatytus principus, o nustato lengvą būdą kontroliuoti produktų, kuriuos galima itin pelningai perparduoti, mažmenines kainas. Kadangi perpardavimo kainų palaikymas yra vienas iš pagrindinių apribojimų pagal VSBIR 4 straipsnį, kaip nurodyta šių gairių 6.1.1 skirsnyje, tiekėjai neturėtų piktnaudžiauti tarpininkavimo sąvoka, kad išvengtų SESV 101 straipsnio 1 dalies taikymo.

3.2.3. *Tarpininkavimas ir interneto platformų ekonomika*

- (44) Įmonės, teikiančios internetines tarpininkavimo paslaugas, pagal VSBIR priskiriamos tiekėjų kategorijai (taip pat žr. šių gairių 60–64 punktus), todėl iš esmės negali būti laikomos atstovais 101 straipsnio 1 dalies taikymo tikslais. Be to, internetinių tarpininkavimo paslaugų teikėjai paprastai veikia kaip nepriklausomi ekonominės veiklos vykdytojai, o ne kaip pardavėjų, kuriems jie teikia internetines tarpininkavimo paslaugas, įmonių dalis. Stiprus tinklo poveikis ir kiti interneto platformų ekonomikos ypatumai gali prisidėti prie didelio sutarties šalių dydžio ir derybinės galios disbalanso ir lemti situaciją, kai sutarties prekių ar paslaugų pardavimo sąlygas ir komercinę strategiją nustato internetinių tarpininkavimo paslaugų teikėjas, o ne prekių ar paslaugų, kurių atžvilgiu teikiamos tarpininkavimo paslaugos, pardavėjai. Be to, internetinių tarpininkavimo paslaugų teikėjų paslaugomis dažnai lygiagrečiai naudojami labai daug pardavėjų, todėl jie negali veiksmingai tapti kurios nors iš pardavėjų įmonių dalimi. Internetinių tarpininkavimo paslaugų teikėjai taip pat paprastai vykdo reikšmingas su rinka susijusias investicijas, pavyzdžiui, į programinę įrangą, reklamą ir garantinio aptarnavimo paslaugas, o tai rodo, kad šioms įmonėms tenka didelė finansinė ar komercinė rizika, susijusi su sutartimis, dėl kurių deramasi pardavėjų, besinaudojančių jų internetinėmis tarpininkavimo paslaugomis, vardu.

3.3. **Subrangos susitarimai**

- (45) 1978 m. gruodžio 18 d. Komisijos pranešime dėl tam tikrų subrangos sutarčių, susijusių su EEB sutarties 85 straipsnio 1 dalimi, įvertinimo (toliau – Pranešimas dėl

subrangos)²⁸ apibrėžti subrangos susitarimai paprastai nepatenka į 101 straipsnio 1 dalies taikymo sritį. Pranešimas dėl subrangos toliau galioja ir jame pateikiama daugiau informacijos apie šios bendrosios taisyklės taikymą. Visų pirma, Pranešime dėl subrangos teigiama, kad, kai rangovas nustato technologijų ar įrangos, kurią jis teikia subrangovui, naudojimo apribojimus, šios technologijos ar įranga turi būti būtinos tam, kad subrangovas galėtų gaminti atitinkamus produktus²⁹. Jame taip pat paaiškinta šios bendrosios taisyklės taikymo sritis, visų pirma tai, kad kiti subrangovui nustatyti apribojimai paprastai patenka į 101 straipsnio taikymo sritį, pavyzdžiui, įsipareigojimas nevykdyti ar nenaudoti savo mokslinių tyrimų ir plėtos arba negaminti trečiosioms šalims³⁰.

4. VSBIR TAIKymo SRITIS

4.1. VSBIR nustatyta apsaugos taisyklė

- (46) VSBIR 2 straipsnio 1 dalyje nustatyta bendroji išimtis yra vertikaliesiems susitarimams taikoma apsaugos taisyklė, kaip nustatyta VSBIR, su sąlyga, kad tiekėjo ir pirkėjo atitinkamai užimamos rinkos dalys atitinkamoje (-ose) rinkoje (-ose) neviršija VSBIR 3 straipsnyje nustatytų ribų (žr. šių gairių 5.2 skirsnį)³¹, o susitarime nėra nustatytų pagrindinių apribojimų pagal VSBIR 4 straipsnį (žr. šių gairių 6.1 skirsnį)³². Ši apsaugos taisyklė taikoma tol, kol Komisija arba valstybės narės konkurencijos institucija (toliau – NKI) konkrečiu atveju neatšaukia bendrosios išimties taikymo pagal Reglamento 1/2003 29 straipsnį (žr. šių gairių 7.1 skirsnį).
- (47) VSBIR 2 straipsnio 1 dalyje taip pat nustatyta apsaugos taisyklė, kuri taikoma, kai tiekėjas naudoja tą (-uos) patį (-čius) susitarimą (-us) kelių rūšių prekėms ar paslaugoms platinti. Tokiu portfelinio platinimo atveju vertikaliam susitarimui VSBIR taikomas tik toms prekėms ar paslaugoms, dėl kurių tenkinamos VSBIR taikymo sąlygos. Priešingai, 101 straipsnis taikomas tiems vertikaliesiems susitarimams dėl tokių prekių ar paslaugų, kuriems VSBIR netaikomas. Tai reiškia, kad bendroji išimtis pagal VSBIR 2 straipsnio 1 dalį netaikoma, tačiau taip pat negalioja tokių susitarimų neteisėtumo prezumpcija.

4.2. Vertikaliųjų susitarimų apibrėžtis

- (48) 101 straipsnio 1 dalyje nurodyti įmonių susitarimai, įmonių asociacijų sprendimai ir suderinti veiksmai. Joje neskiriama, ar šios įmonės veikia tame pačiame, ar skirtinguose gamybos ar platinimo grandinės lygmenyse. Taigi 101 straipsnio 1 dalis taikoma tiek horizontaliesiems susitarimams ir suderintiems veiksams, tiek vertikaliesiems susitarimams ir suderintiems veiksams³³.

²⁸ OL C 1, 1979 1 3, p. 2, kuriame subrangos susitarimai apibrėžti kaip susitarimai, pagal kuriuos viena įmonė, vadinama „rangovu“, paveda kitai įmonei, vadinamai „subrangovu“, neatsižvelgiant į tai, ar dėl to, kad yra ar nėra gavusi anksčiau užsakymą iš trečiosios šalies, gaminti prekes, teikti paslaugas ar pagal rangovo nurodymus atlikti darbą jo vardu.

²⁹ Žr. Pranešimo dėl subrangos 2 punktą, kuriame pateikiami papildomi paaiškinimai, visų pirma dėl pramoninės nuosavybės teisių ir praktinės patirties naudojimo.

³⁰ Žr. Pranešimo dėl subrangos 3 punktą.

³¹ Kai viršijama 30 % rinkos dalies riba, nepreziumuojama, kad vertikalieji susitarimai patenka į 101 straipsnio 1 dalies taikymo sritį arba neatitinka 101 straipsnio 3 dalies sąlygų.

³² Dėl neleistinų apribojimų ir VSBIR 5 straipsnio prasmės žr. šių gairių 6.2 skirsnį.

³³ Žr. Sprendimo *Technique Minière / Maschinenbau Ulm*, 56/65, EU:C:1966:38, 240 punktą.

(49) 1965 m. kovo 2 d. Tarybos reglamentu Nr. 19/65/EEB dėl Sutarties 85 straipsnio 3 dalies taikymo tam tikroms susitarimų ir suderintų veiksmų rūšims³⁴, su pakeitimais, padarytais 1999 m. birželio 10 d. Tarybos reglamentu (EB) Nr. 1215/1999³⁵ (toliau – Įgaliojimų suteikimo reglamentas), Komisija, vadovaudamasi 101 straipsnio 3 dalimi, įgaliojama priimti reglamentus dėl išimties taikymo vertikaliesiems susitarimams ir suderintiems veiksams.

(50) Vadovaujantis Įgaliojimų suteikimo reglamento 1 ir 3 straipsniais, VSBIR 1 straipsnio 1 dalies a punkte vertikalūs susitarimai apibrėžtas kaip „dviejų arba daugiau įmonių, kurių kiekviena, vykdydama susitarimą arba suderintus veiksmus, veikia skirtingu gamybos arba platinimo grandinės lygmeniu, susitarimas arba suderinti veiksmai, susiję su sąlygomis, kuriomis šalys gali pirkti, parduoti arba perparduoti tam tikras prekes arba paslaugas“³⁶. Ši apibrėžtis atspindi bent tris pagrindinius reikalavimus, kurie toliau aptariami paeiliui.

4.2.1. *Vienašaliai veiksmai nepatenka į VSBIR taikymo sritį*

(51) VSBIR taikomas vertikaliesiems susitarimams ir suderintiems veiksams. Jis netaikomas vienašaliams įmonių veiksams. Tokiems vienašaliams veiksams gali būti taikomas Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo 102 straipsnis (toliau – 102 straipsnis), kuriuo draudžiama piktnaudžiauti dominuojančia padėtimi³⁷. Kad susitarimui būtų taikomas 101 straipsnis, šalims pakanka pareikšti savo bendrą ketinimą veiksmus rinkoje vykdyti tam tikru būdu (vadinamasis ketinimų sutapimas). Nesvarbu, kaip ketinimas bus pareikštas, jei tik pareiškimas yra sąžininga šalių ketinimo išraiška.

(52) Tuo atveju, jei nėra aiškaus susitarimo, kuriame būtų išreikšti sutampantys šalių ketinimai, Komisija, taikydamą 101 straipsnį, turi įrodyti, kad viena šalis pritaria kitos šalies vienašališkai politikai. Vertikaliuosiuose susitarimuose pritarimas konkrečiai vienašališkai politikai gali būti pareikštas dviem būdais.

(a) Pirma, apie aiškų pritarimą gali būti sprendžiama iš įgaliojimų, kurie suteikiami šalims iš anksto parengtame bendrame susitarime. Jei iš anksto parengto tokio bendro susitarimo sąlygose numatyta, kad vėliau bus taikoma tam tikra vienašališka politika, arba šalis įgaliojama taikyti tokią politiką, kuri privaloma kitai šaliai, tuo remiantis gali būti nustatomas kitos šalies pritarimas tokiai politikai³⁸.

(b) Antra, jei yra numatomas pritarimas, reikia įrodyti, kad, pirma, viena šalis aiškiai ar numanomai reikalauja kitos šalies bendradarbiavimo įgyvendinant jos vienašališką politiką, ir, antra, kita šalis laikosi to reikalavimo praktiškai įgyvendindama tą vienašališką politiką³⁹. Pavyzdžiui, jei po to, kai tiekėjas paskelbia apie vienašališką tiekiamų prekių kiekio sumažinimą, siekdamas užkirsti kelią lygiagrečiai prekybai, platintojai iš karto sumažina savo užsakymus ir nebevykdo lygiagrečios prekybos – tokiu atveju platintojai

³⁴ OL 36, 1965 3 6, p. 35.

³⁵ OL L 148, 1999 6 15, p. 1.

³⁶ Kaip ir VSBIR 1 straipsnio 1 dalies a punkte, šiose gairėse sąvoka „vertikalūs susitarimai“ apima vertikaliuosius suderintus veiksmus, jei nenurodyta kitaip.

³⁷ Kita vertus, jei yra vertikalūs susitarimai, kaip apibrėžta 101 straipsnyje, VSBIR ir šios gairės nedaro poveikio galimam lygiagrečiam 102 straipsnio taikymui šiam vertikaliam susitarimui.

³⁸ Sprendimas *Komisija / Volkswagen AG*, C-74/04 P, EU:C:2006:460.

³⁹ Sprendimas *Bayer AG / Komisija*, T-41/96, EU:T:2000:242.

tyliuoju pritarimu pritaria tiekėjo vienašališkai politikai. Tačiau tokia išvada negali būti daroma, jei platintojai toliau vykdo lygiagrečią prekybą arba ieško naujų lygiagrečios prekybos vykdymo būdų.

- (53) Atsižvelgiant į tai, kas išdėstyta pirmiau, bendrosios pardavimo sąlygos, net jei jas nustato viena šalis, o kita šalis su jomis sutinka tyliai, yra susitarimas Sutarties 101 straipsnio 1 dalies taikymo tikslais⁴⁰.

4.2.2. Įmonės veikia skirtinguose gamybos ar platinimo grandinės lygmenyse

- (54) VSBIR taikomas dviejų ar daugiau įmonių susitarimams ar suderintiems veiksams, neatsižvelgiant į jų verslo modelį. Kadangi galutiniai vartotojai neveikia kaip įmonės, VSBIR netaikomas vertikaliesiems susitarimams ar suderintiems veiksams su vartotojais.

- (55) Be to, kad susitarimas atitiktų VSBIR 1 straipsnio 1 dalies a punkto apibrėžtį, jis turi būti sudarytas įmonių, kurios susitarimo tikslais veikia skirtingais gamybos ar platinimo grandinės lygmenimis. Pavyzdžiui, vertikalusis susitarimas egzistuoja tuomet, kai viena iš įmonių gamina žaliavą arba teikia paslaugą ir parduoda ją kitai įmonei, kuri ją naudoja kaip išteklius. Analogiškai vertikalusis susitarimas yra tuomet, kai, pavyzdžiui, gamintojas parduoda produktą didmenininkui, kuris jį perparduoda mažmenininkui.

- (56) Kadangi VSBIR 1 straipsnio 1 dalies a punkte pateiktoje apibrėžtyje nurodomas konkretaus susitarimo tikslas, tai, kad viena susitarimo šalis veikia daugiau nei vienu tiekimo ar platinimo grandinės lygmeniu, netrukdo taikyti VSBIR. Tačiau, jei susitarimus sudaro konkuruojančios įmonės, reikia atsižvelgti į VSBIR 2 straipsnio 4 dalį. Daugiau informacijos apie VSBIR 2 straipsnio 4 dalį žr. šių gairių 4.4.3 skirsnyje.

4.2.3. Susitarimai yra susiję su prekių ar paslaugų pirkimu, pardavimu ar perpardavimu

- (57) VSBIR 1 straipsnio 1 dalies a punkte nustatyta, kad tam, jog vertikalieji susitarimai patektų į VSBIR taikymo sritį, jie turi būti susiję su sąlygomis, kuriomis tiekėjas ir pirkėjas „gali pirkti, parduoti ar perparduoti tam tikras prekes ar paslaugas“. Atsižvelgiant į bendrą bendrosios išimties reglamento tikslą užtikrinti teisinį tikrumą, VSBIR 1 straipsnio 1 dalies a punktas turi būti aiškinamas plačiai, t. y. jis taikomas visiems vertikaliesiems susitarimams, neatsižvelgiant į tai, ar jie susiję su tarpinėmis ar galutinėmis prekėmis ar paslaugomis. Tiek tiekiamos prekės ar teikiamos paslaugos, tiek tarpinių prekių ar paslaugų atveju, gaunamos galutinės prekės ar teikiamos paslaugos yra laikomos sutarties prekėmis ar paslaugomis VSBIR taikymo atitinkamiems susitarimams tikslais.

- (58) Vertikaliesiems susitarimams interneto platformų ekonomikoje, įskaitant susitarimus, sudarytus su internetinių tarpininkavimo paslaugų teikėjais, kaip nurodyta VSBIR 1 straipsnio 1 dalies d punkte, taikomas VSBIR 1 straipsnio 1 dalies a punktas. Tiek internetinių tarpininkavimo paslaugų teikimas, tiek prekės ar paslaugos, dėl kurių sudaromi sandoriai, kuriuos jos palengvina, yra laikomi sutarties prekėmis ar paslaugomis VSBIR taikymo susitarimui, kuriuo remiantis teikiamos internetinės tarpininkavimo paslaugos, ir susitarimui, kuriuo remiantis tiekiamos tarpinės prekės ar teikiamos tarpinės paslaugos, tikslu.

⁴⁰ Žr. Komisijos sprendimo AT.40182 *Guess* 97 punktą ir jame nurodytą nusistovėjusią teismų praktiką.

- (59) VSBIR netaikomas vertikaliesiems apribojimams, nesusijusiems su tam tikrų sutarties prekių ar paslaugų pirkimo, pardavimo ir perpardavimo sąlygomis. Šie susitarimai turi būti vertinami individualiai, t. y. turi būti vertinama, ar jie konkrečiu atveju patenka į 101 straipsnio 1 dalies taikymo sritį ir, jei taip, ar tenkinamos 101 straipsnio 3 dalyje nustatytos sąlygos. Pavyzdžiui, VSBIR netaikomas įpareigojimui, draudžiančiam šalis vykdyti nepriklausomus mokslinius tyrimus ir plėtrą, kuri šalis galėjo įtraukti į savo vertikalųjį susitarimą. Kitas pavyzdys susijęs su nuomos sutartimis. Nors VSBIR taikomas prekėms, kurios parduodamos ir įsigijamos tam, kad būtų nuomojamos trečiosioms šalims, jis netaikomas pačioms nuomos sutartims, nes tiekėjas nei prekių, nei paslaugų neparduoda pirkėjui.

4.3. Vertikalieji susitarimai interneto platformų ekonomikoje

- (60) Vis svarbesnis vaidmuo platinant prekes ir paslaugas tenka interneto platformų ekonomikai. Interneto platformų ekonomikoje veikiančios įmonės sudaro sąlygas verslą vykdyti naujais būdais ir ne visus šiuos būdus paprasta priskirti tam tikrai kategorijai vartojant sąvokas, kurios paprastai siejamos su vertikaliais tiekėjų ir platintojų santykiais fiziniuose sektoriuose.
- (61) Pagal VSBIR tiekimo ir platinimo grandinėje veikiančios įmonės skirstomos į tiekėjus arba pirkėjus. Priklausomai nuo to, ar įmonė priskiriama vienai ar kitai kategorijai, VSBIR gali būti taikomas skirtingai, visų pirma šiose srityse:
- (a) konkurentų tarpusavio vertikaliesiems susitarimams taikoma išimtis pagal VSBIR 2 straipsnio 4 dalį (žr. šių gairių 4.4 skirsnį);
 - (b) rinkos dalys apskaičiuojamos taikant VSBIR 3 straipsnio 1 dalyje nustatytas ribas (žr. šių gairių 5 skirsnį);
 - (c) VSBIR taikymas panaikinamas pagal VSBIR 4 straipsnį (žr. šių gairių 6.1 skirsnį) ir
 - (d) VSBIR nustatytos apsaugos taisyklės netaikymas tam tikriems apribojimams pagal VSBIR 5 straipsnį (žr. šių gairių 6.2 skirsnį).
- (62) Į VSBIR įtrauktos tiekėjo (VSBIR 1 straipsnio 1 dalies d punkte) ir pirkėjo (VSBIR 1 straipsnio 1 dalies j punkte) sąvokų apibrėžtys. Siekiant suderinti šių sąvokų išsamaus apibrėžimo sunkumus su VSBIR tikslu užtikrinti kuo didesnę teisinę tikrumą, šiame straipsnyje apsiribojama paaiškinimu, kad tam tikrų rūšių įmonės priskiriamos vienai ar kitai kategorijai.
- (63) VSBIR 1 straipsnio 1 dalies d punkte nustatyta, kad įmonė, teikianti internetines tarpininkavimo paslaugas, pagal VSBIR laikoma tiekėju. Tai reiškia, kad pagal VSBIR numatytą tiekėjų ir pirkėjų atskyrimą įmonė negali kartu būti laikoma pirkėju, kaip apibrėžta VSBIR 1 straipsnio 1 dalies j punkte, atsižvelgiant į sandorį, kurį ji padeda vykdyti. Be to, VSBIR 1 straipsnio 1 dalies d punkte paaiškinta, kad internetinių tarpininkavimo paslaugų teikėjas yra tiekėjas pagal VSBIR, įskaitant atvejus, kai jis yra sandorio, kurį jis padeda vykdyti, šalis. Tai reiškia, kad, jei įmonė teikia internetines tarpininkavimo paslaugas ir todėl patenka į VSBIR 1 straipsnio 1 dalies d punkte pateiktos apibrėžties taikymo sritį, tokia įmonė neišvengiamai priskiriama tiekėjams dėl teikiamų internetinių tarpininkavimo paslaugų, pavyzdžiui, tapdama sandorio, kurį ji padeda vykdyti, šalimi arba sutartyje numatydama, kad ji yra pagal tokį sandorį tiekiamų prekių ar teikiamų paslaugų pirkėja.
- (64) VSBIR 1 straipsnio 1 dalies d punkte pateikta internetinių tarpininkavimo paslaugų teikėjo apibrėžtis grindžiama 2019 m. birželio 20 d. Europos Parlamento ir Tarybos

reglamento (ES) 2019/1150 dėl verslo klientams teikiamų internetinių tarpininkavimo paslaugų sąžiningumo ir skaidrumo didinimo⁴¹ (toliau – P2B reglamentas) pateikta apibrėžtimi. Ji grindžiama nuostata, kad įmonė, teikianti internetines tarpininkavimo paslaugas, jas teikia siekdama sudaryti palankesnes sąlygas tiesioginiams pardavėjų ir pirkėjų arba pardavėjų ir vartotojų, kurie naudojami jos internetinėmis tarpininkavimo paslaugomis, sandoriams. VSBIR 1 straipsnio 1 dalies d punktas grindžiamas nuostata, kad internetinių tarpininkavimo paslaugų teikėjas paprastai teikia infrastruktūrą, leidžiančią įmonėms susitikti ir sudaryti sandorius su kitomis įmonėmis ar vartotojais internetu, tačiau nėra teisiškai ar faktiškai atsakingas už jų sandorius.

4.4. VSBIR taikymo ribos

4.4.1. Mažmenininkų asociacijos

- (65) VSBIR 2 straipsnio 2 dalyje į VSBIR taikymo sritį įtraukti tam tikras sąlygas tenkinančių įmonių asociacijų vertikalieji susitarimai, o visų kitų asociacijų sudarytiems vertikaliesiems susitarimams netaikoma apsaugos taisyklė. Tai reiškia, kad VSBIR apima vertikaliuosius susitarimus, sudarytus tarp asociacijos ir jos atskirų narių ar tarp asociacijos ir atskirų tiekėjų, tik jei visi nariai yra mažmenininkai, prekes (o ne paslaugas) parduodantys galutiniams vartotojams, ir jei kiekvieno atskiro asociacijos nario metinė apyvarta nėra didesnė kaip 50 mln. EUR⁴². Tačiau, jei tik nedaugelio asociacijos narių metinė apyvarta viršija 50 mln. EUR ribą ir jei bendra šių narių apyvarta sudaro mažiau kaip 15 % bendros visų narių apyvartos, tai paprastai nekeičia vertinimo pagal 101 straipsnį.
- (66) Įmonių asociacija gali sudaryti ir horizontaliuosius, ir vertikaliuosius susitarimus. Horizontalieji susitarimai turi būti vertinami pagal Sutarties 101 straipsnio taikymo horizontaliesiems bendradarbiavimo susitarimams gairėse (toliau – Horizontaliosios gairės)⁴³ nustatytus principus. Jei atlikus tokį vertinimą padaroma išvada, kad įmonių bendradarbiavimas pirkimo arba pardavimo srityje yra priimtinas, nes atitinka konkrečias tose gairėse nustatytas sąlygas, susijusias su pirkimo ir (arba) komercinimo susitarimais, tiriant asociacijos sudarytus vertikaliuosius susitarimus su atskirais tiekėjais ar atskirais nariais reikalingas tolesnis vertinimas pagal VSBIR taisykles, visų pirma 3–5 straipsniuose nustatytas sąlygas, ir šias gaires. Pavyzdžiui, asociacijos narių sudaryti horizontalieji susitarimai arba asociacijos priimti sprendimai, kaip antai sprendimas reikalauti, kad nariai pirktų iš asociacijos, arba sprendimas nariams priskirti išimtinės teritorijas, pirmiausia turi būti vertinami kaip horizontalieji susitarimai. Tik jei atlikus tokį vertinimą darytina išvada, kad horizontalusis susitarimas nėra antikonkurencinis, būtina atlikti vertikaliųjų asociacijos ir atskirų narių arba asociacijos ir atskirų tiekėjų susitarimų vertinimą.

4.4.2. Vertikalieji susitarimai, kuriuose yra nuostatų dėl intelektinės nuosavybės teisių (INT)

- (67) VBER 2 straipsnio 3 dalyje nustatyta, kad vertikalieji susitarimai, kuriuose yra tam tikrų nuostatų, susijusių su INT perleidimu ar naudojimu, gali patekti į VSBIR

⁴¹ OL L 186, 2019 7 11, p. 57.

⁴² Metinės apyvartos viršutinė riba – 50 mln. EUR – grindžiama 2003 m. gegužės 6 d. Komisijos rekomendacijos dėl labai mažų, mažųjų ir vidutinių įmonių apibrėžimo (OL L 124, 2003 5 20, p. 39) priedo 2 straipsnyje nustatyta MVĮ apyvartos viršutinė riba.

⁴³ OL C 11, 2011 1 14, p. 1; su pakeitimais, padarytais klaidų ištaisymu (OL C 33, 2011 2 2, p. 20). Tos gairės netrukus bus peržiūrėtos.

taikymo sritį. Priešingai, pagal VSBIR 2 straipsnio 3 dalį į VSBIR taikymo sritį nepatenka visi kiti vertikalieji susitarimai, kuriuose yra nuostatų dėl INT.

- (68) VSBIR taikomas vertikaliesiems susitarimams, kuriuose numatyta nuostatų dėl INT, kai tenkinamos šios penkios sąlygos:
- (a) Nuostatos dėl INT turi būti vertikaliojo susitarimo dalis, t. y. susitarimo su sąlygomis, kuriomis šalys gali pirkti, parduoti arba perparduoti tam tikras prekes ar paslaugas;
 - (b) INT turi būti perleistos pirkėjui arba pirkėjas turi jomis naudotis pagal licenciją;
 - (c) nuostatos dėl INT neturi būti pagrindinis susitarimo objektas;
 - (d) nuostatos dėl INT turi būti tiesiogiai susijusios su tuo, kad pirkėjas arba jo klientai naudoja, parduoda arba perparduoda prekes ar paslaugas. Franšizės atveju, kai INT naudojimo tikslas yra rinkodara, prekes arba paslaugas platina pagrindinis franšizės gavėjas arba gavėjai ir
 - (e) nuostatose dėl INT, susijusiose su sutarties prekėmis arba paslaugomis, neturi būti konkurencijos apribojimų, kurių tikslas būtų identiškas vertikaliųjų apribojimų, kuriems pagal VSBIR išimtis netaikoma, tikslui.
- (69) Tokiomis sąlygomis užtikrinama, kad VSBIR būtų taikomas vertikaliesiems susitarimams, kai prekių ar paslaugų naudojimas, pardavimas arba perpardavimas gali būti efektyvesnis, nes pirkėjui yra perleistos INT arba suteikta teisė INT naudotis pagal licenciją. Tai reiškia, kad apribojimams, susijusiems su INT perleidimu arba naudojimui, VSBIR gali būti taikomas tuomet, kai pagrindinis susitarimo objektas yra prekių ar paslaugų pirkimas arba platinimas.
- (70) Iš pirmosios sąlygos aišku, kad kontekstas, kuriame yra numatytos INT, yra susitarimas pirkti arba platinti prekes arba susitarimas pirkti ar teikti paslaugas, bet ne susitarimas, susijęs su INT perleidimu arba licencijos INT suteikimu, kad būtų galima gaminti prekes, ar tikroji licencinė sutartis. Pavyzdžiui, VSBIR netaikomas:
- (a) susitarimams, kai viena šalis kitai šaliai perduoda receptą ir suteikia licencijas gaminti gėrimą pagal tą receptą;
 - (b) susitarimams, kai viena šalis suteikia kitai šaliai šabloną arba originalą ir suteikia licenciją gaminti arba platinti kopijas;
 - (c) prekių ženklo arba simbolio tikrajai licencijai, suteikiamai prekiavimo tikslu;
 - (d) rėmimo sutartims dėl teisės reklamuoti save kaip oficialų renginio rėmėją;
 - (e) autorių teisių licencijoms, pavyzdžiui, transliavimo sutartims, susijusioms su teise įrašyti ir (arba) transliuoti renginį.
- (71) Iš antrosios sąlygos aišku, kad VSBIR netaikomas, kai pirkėjas suteikia INT tiekėjui, – nesvarbu, ar INT yra susijusios su gamybos, ar su platinimo būdu. VSBIR netaikomas susitarimams dėl INT perleidimo tiekėjui, kuriais nustatomi galimi tiekėjo pardavimo apribojimai. Tai reiškia, kad visų pirma subranga, įskaitant praktinės patirties perdavimą subrangovui, nepatenka į VSBIR taikymo sritį (taip pat žr. šių gairių 3.3 skirsnį). Tačiau į VSBIR taikymo sritį patenka vertikalieji susitarimai, pagal kuriuos pirkėjas tiekėjui perduoda tik specifikacijas, kuriose aprašytos tiekimos prekės arba teiktinos paslaugos.

- (72) Iš trečiosios sąlygos aišku, kad tam, jog būtų taikomas VSBIR, pagrindinis susitarimo objektas neturi būti INT perleidimas arba licencijos suteikimas. Pagrindinis objektas turi būti prekių ar paslaugų pirkimas, pardavimas arba perpardavimas, o nuostatos dėl INT turi padėti įgyvendinti vertikalųjį susitarimą.
- (73) Pagal ketvirtąją sąlygą reikalaujama, kad nuostatos dėl INT sudarytų pirkėjui arba jo klientams geresnes sąlygas naudoti, parduoti arba perparduoti prekes ar paslaugas. Paprastai licenciaras tiekia prekes arba teikia paslaugas naudojimo arba perpardavimo tikslu, bet licenciatas gali jas įsigyti ir iš tiekėjo, kuris yra trečioji šalis. Nuostatos dėl INT paprastai susijusios su prekių ar paslaugų rinkodara. Pavyzdžiu galėtų būti franšizės sutartis, kai franšizės teisių suteikėjas parduoda franšizės gavėjui prekes, kad šis jas perparduotų, ir suteikia franšizės gavėjui licenciją naudotis jo prekių ženklu bei praktine patirtimi parduodant prekes, arba kai koncentruoto ekstrakto tiekėjas suteikia pirkėjui licenciją ekstraktą skiesti bei pilstyti į tarą prieš parduodant jį kaip gėrimą.
- (74) Penktoji sąlyga pabrėžia tai, kad nuostatų dėl INT tikslas negali būti toks pats kaip pagrindinių apribojimų, išvardytų VSBIR 4 straipsnyje, arba kaip kurio nors apribojimo, kuriam VSBIR, remiantis VSBIR 5 straipsniu, netaikomas (žr. šių gairių 6 skirsnį).
- (75) INT, susijusios su vertikalųjų susitarimų įgyvendinimu pagal VSBIR 2 straipsnio 3 dalį, paprastai yra susijusios su trimis pagrindinėmis sritimis: prekių ženklais, autorių teisėmis ir praktine patirtimi.

4.4.2.1. Prekių ženklai

- (76) Prekių ženklo licencijos suteikimas platintojui gali būti susijęs su licenciaro produktų platinimu tam tikroje teritorijoje. Jei tai yra išimtinė licencija, susitarimas prilygsta išimtiniam platinimui.

4.4.2.2. Autorių teisės

- (77) Autoriaus teisių savininkas gali įpareigoti prekių ar paslaugų, kurioms taikomos autoriaus teisės (pvz., knygų ir programinės įrangos), perpardavėjus perparduoti prekes, tik jei pirkėjas, nesvarbu, ar jis yra kitas perpardavėjas, ar galutinis naudotojas, nepažeidžia autoriaus teisių. Tokiam perpardavėjo įsipareigojimui, jei jis iš viso patenka į 101 straipsnio 1 dalies taikymo sritį, taikomas VSBIR.
- (78) Susitarimai, pagal kuriuos perparduoti tiekiamos programinės įrangos spausdintinės kopijos, ir perpardavėjas neįgyja licencijos, suteikiančios kokias nors teises į programinę įrangą, o turi tik teisę perparduoti spausdintines kopijas, taikant VSBIR yra laikomi perparduoti skirtų prekių tiekimo susitarimais. Tokio platinimo atveju autoriaus teisių savininkas programinės įrangos licenciją perduoda tik programinės įrangos naudotojui. Tai gali būti tokia licencija (angl. *shrink wrap*), kai sąlygos įtrauktos į spausdintinės kopijos paketą, kurį atidarydamas galutinis naudotojas patvirtina, kad sutinka su tomis sąlygomis.
- (79) Autoriaus teisių turėtojas gali įpareigoti aparatinės įrangos, kurioje įdiegta autoriaus teisėmis saugoma programinė įrangą, pirkėjus nepažeisti autoriaus teisių ir todėl nedaryti kopijų ir neperparduoti programinės įrangos arba nedaryti kopijų ir nenaudoti programinės įrangos su kita aparatine įranga. Tokiems naudojimo apribojimams, jei jie iš viso patenka į 101 straipsnio 1 dalies taikymo sritį, taikomas VSBIR.

4.4.2.3. Praktinė patirtis

- (80) Franšizės sutartys, išskyrus pramoninės franšizės sutartis, yra akivaizdžiausias pavyzdys, kai praktinė patirtis perduodama pirkėjui rinkodaros tikslu⁴⁴. Franšizės sutartys apima INT, susijusių su prekių ženklais arba simboliais ir praktinės patirties taikymu naudojant ir platinant prekes arba teikiant paslaugas, licencijas. Be INT licencijos, paprastai franšizės teisių suteikėjas franšizės gavėjui visą sutarties galiojimo laikotarpį teikia komercinę ir techninę pagalbą – viešųjų pirkimų paslaugas, mokymus, konsultacijas dėl nekilnojamojo turto ir finansų planavimo. Licencija ir teikiama pagalba yra neatskiriama verslo būdo, kuriam taikoma franšizė, komponentai.
- (81) VSBIR taikomas franšizės sutarčių licencijavimui, jei tenkinamos visos penkios gairių 70 punkte išvardytos sąlygos. Paprastai šios sąlygos tenkinamos, nes pagal daugumą franšizės sutarčių, įskaitant pagrindines franšizės sutartis, franšizės teisių suteikėjas tiekia prekes arba teikia paslaugas, pirmiausia komercinės ar techninės pagalbos paslaugas, franšizės gavėjui. INT padeda franšizės gavėjui perparduoti franšizės teisių suteikėjo arba jo paskirto tiekėjo tiekiamus produktus, arba panaudoti tuos produktus ir parduoti galutines prekes ar paslaugas. Kai franšizės sutartys susijusios tik (ar iš esmės) su INT licencijavimu, jos nepatenka į VSBIR taikymo sritį, tačiau Komisija tokioms sutartims paprastai taikys VSBIR ir šiose gairėse nustatytus principus.
- (82) Toliau išvardyti su INT susiję įsipareigojimai paprastai laikomi būtiniais franšizės teisių suteikėjo INT apsaugoti ir, jei jie patenka į 101 straipsnio 1 dalies taikymo sritį, jiems taikomas VSBIR:
- (a) franšizės gavėjo įsipareigojimas tiesiogiai arba netiesiogiai nedalyvauti jokiame panašiam versle;
 - (b) franšizės gavėjo įsipareigojimas neįgyti su konkuruojančios įmonės kapitalu susijusių finansinių interesų, dėl kurių franšizės gavėjas įgytų galią daryti įtaką tos įmonės ekonominei elgsenai;
 - (c) franšizės gavėjo įsipareigojimas trečiosioms šalims neatskleisti franšizės teisių suteikėjo praktinės patirties, kol ji nėra viešai žinoma;
 - (d) franšizės gavėjo įsipareigojimas perduoti franšizės teisių suteikėjui bet kokią patirtį, įgytą naudojant franšizę, ir suteikti franšizės teisių suteikėjui bei kitiems franšizės gavėjams neišimtinę licenciją naudotis praktine patirtimi, kylančia iš tos patirties;
 - (e) franšizės gavėjo įsipareigojimas informuoti franšizės teisių suteikėją apie licencijuotų INT pažeidimus, imtis teisinių veiksmų pažeidėjų atžvilgiu arba padėti franšizės teisių suteikėjui vykdyti bet kokius teisinius veiksmus prieš pažeidėjus;
 - (f) franšizės gavėjo įsipareigojimas nesinaudoti franšizės teisių suteikėjo licencijuota praktine patirtimi kitu tikslu nei franšizės naudojimas;
 - (g) franšizės gavėjo įsipareigojimas be franšizės teisių suteikėjo sutikimo neperduoti pagal franšizės sutartį įgytų teisių ir įsipareigojimų.

⁴⁴ 43–45 punktai pagal analogiją taikomi kitų rūšių platinimo susitarimams, pagal kuriuos didelė tiekėjo praktinės patirties dalis perduodama pirkėjui.

4.4.3. Vertikalieji konkurentų susitarimai

- (83) Pagal VSBIR 2 straipsnio 8 dalį (daugiau informacijos apie ją pateikta šių gairių 4.5 skirsnyje) VSBIR netaikomas vertikaliesiems susitarimams, jei jų dalykas patenka į bet kurio kito bendrosios išimties reglamento taikymo sritį, nebent tokiam reglamente numatyta kitaip, tačiau VSBIR 2 straipsnio 4 dalies pirmuoju sakiniu taip pat aiškiai nustatyta, kad konkuruojančių įmonių sudarytiems vertikaliesiems susitarimams VSBIR netaikomas, nebent vertikalieji susitarimai patenka į VSBIR 2 straipsnio 4 dalies a ir b punktuose nustatytų išimčių taikymo sritį. Taigi konkurentų vertikalieji susitarimai, kuriems netaikomas VSBIR, turi būti vertinami pagal Horizontaliąsias gaires, įskaitant rekomendacijas dėl keitimosi informacija, kai konkuruojančios įmonės sudaro vertikaliuosius susitarimus. Jeigu vertikalusis susitarimas patenka į VSBIR 2 straipsnio 4 dalies a arba b punkte nustatytos išimties taikymo sritį ir jame nenumatytas horizontalusis konkurencijos ribojimas dėl tikslo, šis susitarimas turi būti vertinamas tik pagal šias gaires.
- (84) VSBIR 1 straipsnio 1 dalies c punkte konkuruojanti įmonė apibrėžiama kaip esamas arba galimas konkurentas. Dvi įmonės laikomos esamomis konkurentėmis, jei jos veikia toje pačioje atitinkamoje (produkto ir geografinėje) rinkoje. Įmonė laikoma galima kitos įmonės konkurentė, jei, nesant susitarimo, nedaug bet nuolat didėjant santykinėms kainoms per trumpą (paprastai ne ilgesnį kaip vienerių metų) laikotarpį tokia įmonė greičiausiai padarytų būtinas papildomas investicijas arba patirtų kitų būtinų keitimo sąnaudų, kad patektų į atitinkamą rinką, kurioje veikia kita įmonė. Šis vertinimas turi būti grindžiamas realiomis aplinkybėmis, atsižvelgiant į rinkos struktūrą ir ekonomines bei teises jos veiklos aplinkybes. Tai reiškia, kad nepakanka tik teorinės galimybės patekti į rinką. Turi būti realių ir konkrečių galimybių šiai įmonei patekti į rinką be jokių neįveikiamų kliūčių. Priešingai, nebūtina patikimai įrodyti, kad tokia įmonė iš tikrųjų pateks į atitinkamą rinką ir, *a fortiori*, kad ji vėliau galės joje išsilaikyti.⁴⁵
- (85) Platintojas, kuris teikia gamintojui specifikacijas gaminti tam tikras prekes su platintojo prekių ženklu, neturi būti laikomas tokių jo prekių ženklą turinčių prekių gamintoju, taigi ir gamintojo konkurentu. Todėl VSBIR 2 straipsnio 1 dalyje nustatyta išimtis taikoma platintojo, parduodančio tokias trečiosios šalies pagamintas savo prekių ženklo prekes, ir prekių ženklu pažymėtų prekių tiekėjo susitarimams toje pačioje atitinkamoje rinkoje. Priešingai, platintojai, kurie patys gamina prekes, žymimas jų prekių ženklu, laikomi gamintojais. Tai reiškia, kad VSBIR 2 straipsnio 1 dalyje nustatyta išimtis netaikoma tokių platintojų ir prekių ženklu pažymėtų prekių tiekėjų susitarimams toje pačioje atitinkamoje rinkoje. Todėl tokie susitarimai turi būti vertinami pagal Horizontaliąsias gaires.
- (86) VSBIR 2 straipsnio 4 dalies antrame sakinyje nustatytos dvi bendrosios taisyklės, kad vertikaliesiems konkurentų susitarimams netaikoma VSBIR nustatyta apsaugos taisyklė, išimtys. Abi išimtys, t. y. VSBIR 2 straipsnio 4 dalies a ir b punktai, yra susijusios su dvejopo platinimo susitarimais tarp prekių ar paslaugų tiekėjo, kuris

⁴⁵ Žr. Komisijos pranešimo dėl atitinkamos rinkos apibrėžimo Bendrijos konkurencijos teisės tikslams (toliau – Komisijos pranešimas dėl atitinkamos rinkos apibrėžimo) (OL C 372, 1997 12 9, p. 5) 20–24 punktus. Komisijos pranešimas dėl atitinkamos rinkos apibrėžimo bus netrukus peržiūrėtas. Taip pat žr. tryliktosios Komisijos ataskaitos dėl konkurencijos politikos 55 punktą ir Teisingumo Teismo sprendimo *Generics (UK) Ltd ir kiti / Competition and Markets Authority*, C-307/18, ECLI:EU:C:2020:52, 36–45 punktus; Teisingumo Teismo sprendimo *H. Lundbeck A/S ir Lundbeck Ltd / Europos Komisija*, ECLI:EU:C:2021:243, 54–57 punktus.

taip pat veikia mažmeninėje rinkoje, ir jo platintojų. Paprastai tai atvejai, kai tiekėjas daugiausia veikia pradinės grandies rinkoje, o mažmeninėje rinkoje vykdo ribotą papildomą veiklą. Tais atvejais, kai tiekėjo ir pirkėjo bendra rinkos dalis atitinkamoje rinkoje mažmeninės prekybos lygmeniu neviršija [10] %, mažai tikėtina, kad gali kilti horizontaliųjų problemų, o bet koks galimas poveikis horizontaliajai konkurencijai tarp šalių mažmeninės prekybos lygmeniu laikomas mažiau svarbiu nei galimas šalių vertikaliojo susitarimo poveikis bendrai konkurencijai tiekimo ar platinimo lygmeniu.

(87) Todėl konkurentų vertikaliam susitarimui, kuriam taikomi VSBIR 2 straipsnio 4 dalies a ir b punktai, taikoma bendroji išimtis pagal VSBIR 2 straipsnio 1 dalį, jei tenkinamos šios sąlygos:

- (a) susitarimo dalykas nepatenka į kito bendrosios išimties reglamento taikymo sritį, kaip nustatyta VSBIR 2 straipsnio 8 dalyje;
- (b) bendra tiekėjo ir pirkėjo rinkos dalis atitinkamoje rinkoje mažmeninės prekybos lygmeniu neviršija [10] %, taigi konkurencija nėra reikšmingai ribojama, kaip apibrėžta 101 straipsnio 1 dalyje⁴⁶, o susitarime nėra pagrindinių apribojimų pagal VSBIR 4 straipsnį;
- (c) tenkinamos VSBIR 2 straipsnio 4 dalies a arba b punktų sąlygos ir
- (d) susitarime nėra horizontaliųjų konkurencijos apribojimų dėl tikslo, kaip nustatyta VSBIR 2 straipsnio 6 dalyje.

Ši išimtis taikoma visiems neabipusio vertikaliojo susitarimo aspektams ir bet kokiems horizontaliesiems apribojimams dėl poveikio, įskaitant apribojimus, atsirandančius dėl konkuruojančių įmonių keitimosi informacija. Horizontaliesiems konkurencijos apribojimams dėl tikslo netaikomos VSBIR 2 straipsnio 4 dalies a arba b punktuose nustatytos išimtys⁴⁷. Ar susitarimas gali būti laikomas dvejopo platinimo susitarimu VSBIR 2 straipsnio 4 dalies a arba b punktų taikymo tikslais, turėtų būti aiškinama siaurai dėl šios nuostatos išimtinio pobūdžio.

(88) VSBIR 2 straipsnio 4 dalies a punkte nustatyta išimtis susijusi su atvejais, kai tiekėjas yra gamintojas, didmenininkas arba importuotojas ir kartu prekių platintojas, o pirkėjas yra tik platintojas, kuris nekonkuruoja su gamintoju pradinės grandies lygmeniu.

(89) VSBIR 2 straipsnio 4 dalies b punkte nustatyta išimtis taikoma tais atvejais, kai tiekėjas yra paslaugų teikėjas, veikiantis keliais prekybos lygmenimis, o pirkėjas veikia tik mažmeninės prekybos lygmeniu ir nekonkuruoja su tiekėju prekybos lygmeniu, kuriuo jis perka sutarties paslaugas.

(90) VSBIR 2 straipsnio 5 dalyje nustatyta, kad vertikaliam susitarimui tarp konkuruojančių įmonių, kurių bendra rinkos dalis mažmeninės prekybos lygmeniu viršija [10] %, vis tiek taikoma bendroji išimtis pagal VSBIR 2 straipsnio 1 dalį, jei tenkinamos šios sąlygos:

- (a) susitarimo dalykas nepatenka į kito bendrosios išimties reglamento taikymo sritį, kaip nustatyta VSBIR 2 straipsnio 8 dalyje;

⁴⁶ *De minimis* pranešimo 8 punktas.

⁴⁷ Žr. Teisingumo Teismo sprendimo *Expedia Inc. / Autorité de la concurrence ir kt.*, ECLI:EU:C:2012:795, 37 punktą.

- (b) laikomasi VSBIR 3 straipsnyje nustatytos rinkos dalies ribos ir susitarime nėra pagrindinių apribojimų pagal VSBIR 4 straipsnį;
 - (c) tenkinamos VSBIR 2 straipsnio 4 dalies a arba b punktų sąlygos;
 - (d) bet koks šalių keitimasis informacija atitinka atitinkamą Horizontaliųjų gairių skyrių, kuriame aptariamas keitimasis informacija konkurencinis vertinimas, ir
 - (e) susitarime nėra horizontaliųjų konkurencijos apribojimų dėl tikslo, kaip nustatyta VSBIR 2 straipsnio 6 dalyje.
- (91) VSBIR 2 straipsnio 7 dalyje nustatyta, kad internetinių tarpininkavimo paslaugų teikėjams, kaip apibrėžta VSBIR 1 straipsnio 1 dalies d punkte, atliekantiems mišrią funkciją, t. y. teikiantiems internetines tarpininkavimo paslaugas ir parduodantiems prekes ar paslaugas, kai konkuruojama su įmonėmis, kurioms jie teikia tokias paslaugas, negali būti taikomos dvejopo platinimo išimtys. Kadangi tokią mišrią funkciją atliekančių internetinių tarpininkavimo paslaugų teikėjų mažmeninės prekybos veikla paprastai kelia nemažų horizontaliųjų problemų, jie neatitinka dvejopo platinimo išimtys, kuri bet koku atveju turi būti aiškinama siaurai, esmės. Dėl tos pačios priežasties VSBIR netaikomas jokiai apribojimui, susijusiam su internetinių tarpininkavimo paslaugų teikimo trečiosioms šalims apimtimi ar sąlygomis. Tai taikoma ne tik apribojimams, kurie numatyti susitarime su internetinių tarpininkavimo paslaugų pirkėju, bet ir susitarimams dėl mišrią funkciją atliekančio internetinių tarpininkavimo paslaugų teikėjo parduodamų prekių ar paslaugų pirkimo.
- (92) Vertikalieji susitarimai su mišrią funkciją atliekančiais internetinių tarpininkavimo paslaugų teikėjais turi būti vertinami kiekvienu konkrečiu atveju, visų pirma atsižvelgiant į šias gaires (žr. šių gairių 8 skirsnį) ir Horizontaliąsias gaires. Šis vertinimas turi apimti visus mišrią funkciją atliekančių internetinių tarpininkavimo paslaugų teikėjų ir įmonių, kurioms jie teikia internetines tarpininkavimo paslaugas, santykių aspektus, įskaitant, pavyzdžiui, bet kokių jų keitimąsi informacija.

4.5. Ryšys su kitais bendrosios išimtys reglamentais

- (93) Kaip paaiškinta šių gairių 4.1 ir 4.2 skirsniuose, VSBIR taikomas skirtingais gamybos ar platinimo grandinės lygmenimis veikiančių įmonių susitarimams, susijusiems su sąlygomis, kuriomis šalys gali pirkti, parduoti ar perparduoti tam tikras prekes ar paslaugas. Tokie vertikalieji susitarimai vertinami tik pagal VSBIR ir šias gaires, neatsižvelgiant į tokio vertinimo rezultatus. Jiems bus taikoma VSBIR nustatyta apsaugos taisyklė, jei neviršijamos rinkos dalių ribos ir jei susitarimuose nėra jokių pagrindinių apribojimų.
- (94) Tačiau VSBIR 2 straipsnio 8 dalyje nustatyta, kad VSBIR „netaikomas vertikaliesiems susitarimams, kuriems taikomas bet kuris kitas bendrosios išimtys reglamentas, nebent tokiam reglamente numatyta kitaip“. Todėl svarbu iš pat pradžių patikrinti, ar vertikalusis susitarimas patenka į bet kurio kito bendrosios išimtys reglamento taikymo sritį. Pavyzdžiui, kaip nustatyta VSBIR 2 straipsnio 4 dalyje, konkuruojančių įmonių sudaryti vertikalieji susitarimai iš esmės nepatenka į VSBIR taikymo sritį ir turi būti vertinami pagal horizontaliesiems susitarimams taikomas taisykles. VSBIR 2 straipsnio 4 dalies a ir b punktuose nustatytos šio principo išimtys, kurios turi būti aiškinamos kartu su VSBIR 2 straipsnio 5 dalimi, jei viršijama VSBIR 2 straipsnio 4 dalies a ir b punktuose nustatyta rinkos dalies riba, bet neviršijama VSBIR 3 straipsnyje nustatyta rinkos dalies riba. Šiomis nuostatomis

atsižvelgiama į tai, kad dvejopo platinimo susitarimų poveikis rinkai ir galimos konkurencijos problemos gali būti panašios į horizontaliųjų susitarimų poveikį.

- (95) Todėl VSBIR netaikomas vertikaliesiems susitarimams, kuriems taikomi toliau nurodyti bendrosios išimties reglamentai arba bet kokie būsimi bendrosios išimties reglamentai, susiję su tolesniuose papunkčiuose nurodytų rūšių susitarimais, nebent atitinkamame reglamente būtų numatyta kitaip:
- 2014 m. kovo 21 d. Komisijos reglamentas (ES) Nr. 316/2014 dėl Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo 101 straipsnio 3 dalies taikymo technologijų perdavimo susitarimų kategorijoms⁴⁸;
 - 2010 m. gruodžio 14 d. Komisijos reglamentas (ES) Nr. 1217/2010 dėl Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo 101 straipsnio 3 dalies taikymo tam tikrų rūšių mokslinių tyrimų ir technologijų plėtros susitarimams⁴⁹;
 - 2010 m. gruodžio 14 d. Komisijos reglamentas (ES) Nr. 1218/2010 dėl Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo 101 straipsnio 3 dalies taikymo tam tikrų rūšių specializacijos susitarimams⁵⁰.
- (96) VSBIR taip pat netaikomas Horizontaliosiose gairėse nurodytoms konkurentų susitarimų rūšims, nebent atitinkamame Horizontaliųjų gairių skyriuje numatyta kitaip.
- (97) VSBIR taikomas vertikaliesiems susitarimams, susijusiems su variklinių transporto priemonių atsarginių dalių pirkimu, pardavimu ar perpardavimu ir variklinių transporto priemonių remonto bei techninės priežiūros paslaugų teikimu. Tokiems susitarimams VSBIR taikomas tik tuo atveju, jei, be VSBIR nustatytų išimties taikymo sąlygų, jie atitinka papildomus 2010 m. gegužės 27 d. Komisijos reglamento (ES) Nr. 461/2010 dėl Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo 101 straipsnio 3 dalies taikymo tam tikrų rūšių vertikaliesiems susitarimams ir suderintiems veiksams variklinių transporto priemonių sektoriuje ir prie jo pridedamų gairių reikalavimus.

4.6. Pagrindinės platinimo sistemų rūšys

- (98) Tiekėjas gali nevaržomai kurti platinimo sistemą savo nuožiūra. Pavyzdžiui, tiekėjas gali pasirinkti vertikaliąją integraciją, t. y. parduoti savo prekes ar paslaugas tiesiogiai galutiniams naudotojams arba platinti jas per vertikaliai integruotus platintojus, kurie yra susijusios įmonės pagal VSBIR 1 straipsnio 2 dalį. Tokia platinimo sistema susijusi tik su vienos konkrečios įmonės vidaus struktūra, todėl jai netaikoma 101 straipsnio 1 dalis.
- (99) Tiekėjas taip pat gali nuspręsti paskirti nepriklausomus platintojus. Tuo tikslu tiekėjas gali sukurti vieną ar kelių kitų platinimo sistemų derinį. Labiausiai paplitusios yra išimtinio platinimo, pasirinktinio platinimo ir franšizės sistemos. Kadangi vertikalieji susitarimai, reikalingi tokioms platinimo sistemoms sukurti, sudaromi tarp nepriklausomų įmonių, jie gali patekti į 101 straipsnio 1 dalies taikymo sritį ir jiems gali būti taikomas VSBIR arba individualioji išimtis pagal 101 straipsnio 3 dalį, jei tenkinamos atitinkamos sąlygos.

⁴⁸ OL L 93, 2014 3 28, p. 17.

⁴⁹ OL L 335, 2010 12 18, p. 36.

⁵⁰ OL L 335, 2010 12 18, p. 43.

4.6.1. Išimtinio platinimo sistemos

4.6.1.1. Išimtinio platinimo sistemų apibrėžtis

- (100) Išimtinio platinimo sistemoje tiekėjas tam tikrą teritoriją arba klientų grupę priskiria išimtinai vienam pirkėjui ar ribotam jų skaičiui ir (arba) pasilieka ją sau, ribodamas savo kitų pirkėjų Sąjungoje aktyvų pardavimą toje išimtinėje teritorijoje arba tai išimtinai klientų grupei⁵¹.
- (101) Tiekėjai dažnai pasitelkia šio tipo sistemą, kad paskatintų platintojus atlikti finansines ir nefinansines investicijas, reikalingas jų prekių ženklui plėtoti teritorijoje, kurioje jis nėra gerai žinomas, arba parduoti naują produktą tam tikroje teritorijoje ar tam tikrai klientų grupei, arba padidinti platintojų veiklos orientavimą į tam tikrą produktą (pvz., specialiomis rinkodaros ar eksponavimo priemonėmis). Dėl išimtinai jiems skirtos teritorijos ar klientų grupės dydžio ir išimtinių teisių teikiamos apsaugos platintojai siekia užsitikrinti tam tikrą verslo apimtį ir pelningumą, kuris pateisintų jų investicijas.
- (102) Vadovaujantis šia logika, tam tikrai teritorijai arba klientų grupei turėtų būti skiriamas tik vienas arba keli išimtiniai platintojai (t. y. bendra išimtinė teisė). Išimtinis platinimas neturi būti pasitelkiamas siekiant apsaugoti didelį skaičių platintojų nuo konkurencijos už išimtinės teritorijos ribų, nes tai lemtų vidaus rinkos suskaidymą. Šiuo tikslu paskirtųjų platintojų skaičius turėtų būti nustatomas proporcingai priskirtai teritorijai arba klientų grupei taip, kad būtų užtikrinta tam tikra verslo apimtis, kuri apsaugotų jų investicijas.
- (103) Paskirtieji platintojai yra apsaugoti nuo kitų tiekėjo pirkėjų aktyvaus pardavimo išimtinėje teritorijoje arba išimtinai klientų grupei. Kai tiekėjas išimtinę teritoriją arba klientų grupę paskiria daugiau nei vienam platintojui, visi šie platintojai naudojami ta pačia apsauga nuo aktyvaus kitų pirkėjų pardavimo, o aktyvus ir pasyvus pardavimas tarp šių platintojų negali būti ribojamas.
- (104) Išimtiniam platinimui skirtuose vertikaliosiose susitarimuose turėtų būti apibrėžta platintojams išimtinai priskiriamos teritorijos arba klientų grupės apimtis. Išimtinė teritorija gali apimti valstybės narės teritoriją arba mažesnę ar didesnę teritoriją. Išimtinę klientų grupę galima apibrėžti, pavyzdžiui, pagal klientų profesiją arba pagal konkrečių klientų, atrinktų remiantis vienu ar keliais objektyviais kriterijais, sąrašą. Priklausomai nuo tų kriterijų, klientų grupę gali sudaryti vienas klientas.
- (105) Kai teritorija arba klientų grupė dar nėra išimtinai priskirta vienam ar keliems platintojams, tiekėjas gali pasilikti tokią teritoriją arba klientų grupę sau ir apie tai turėtų informuoti kitus savo platintojus. Tai nereiškia, kad tiekėjas rezervuotoje teritorijoje arba rezervuotos klientų grupės atžvilgiu vykdytų komercinę veiklą, nes tiekėjas gali juos pasilikti sau, kad ateityje galėtų paskirti kitiems platintojams.

4.6.1.2. 101 straipsnio taikymas išimtinio platinimo sistemoms

- (106) Platinimo sistemoje, kurioje tiekėjas išimtinai priskiria teritoriją arba klientų grupę vienam ar keliems pirkėjams, pagrindiniai galimi konkurencijos pavojai yra rinkos suskaidymas, kuris gali palengvinti kainų diskriminaciją, ir sumažėjusi to paties prekių ženklo platintojų konkurencija, ypač tuomet, kai išimtinės teisės suteikiamos vienam subjektui. Kai dauguma, visi arba stipriausi rinkoje veiklą vykdanys tiekėjai taiko išimtinio platinimo sistemą, tai taip pat gali susilpninti skirtingų prekių ženklų

⁵¹ Žr. VSBIR 1 straipsnio 1 dalies g punktą.

platintojų konkurenciją ir sudaryti sąlygas slaptiems susitarimams tiek tiekėjų, tiek platinimo lygmeniu. Galiausiai dėl išimtinio platinimo gali būti ribojamos kitų platintojų konkurencinės galimybės, taigi, ir mažinama to paties prekių ženklo platintojų konkurencija platinimo lygmeniu.

- (107) Pagal VSBIR išimtinio platinimo susitarimams taikoma išimtis, kai ir tiekėjo, ir pirkėjo rinkos dalis neviršija 30 %, ir kai juose nėra nustatyta jokių pagrindinių apribojimų. Išimtinio platinimo susitarimui vis tiek gali būti taikoma VSBIR nustatyta apsaugos taisyklė, jei jis derinamas su kitais nepagrindiniais vertikaliaisiais apribojimais, pavyzdžiui, išipareigojimu nekonkuruoti, kuris taikomas ne ilgiau kaip penkerius metus, privalomo kiekio nustatymu arba išimtinio pirkimu. Tačiau, kai išimtinių platintojų skaičius nėra nedidelis ir nustatomas proporcingai priskiriamai teritorijai ar klientų grupei taip, kad būtų užtikrinta tam tikra verslo apimtis, kuri apsaugotų jų investicijas, mažai tikėtina, kad tokia platinimo sistema didins veiksmingumą. Kai antikonkurencinis poveikis yra reikšmingas, tikėtina, kad VSBIR taikymas bus atšauktas.
- (108) Likusioje šio skirsnio dalyje pateikiama informacija apie išimtinio platinimo susitarimų, kai rinkos dalis viršija 30 %, vertinimą atskirais atvejais.
- (109) Išimtinio platinimo sistemos vertinimui svarbus platintojų, kuriems išimtinai priskirta teritorija arba klientų grupės, skaičius. Kuo didesnis platintojų skaičius, tuo mažiau sumažėja to paties prekių ženklo platintojų konkurencija, tačiau ir mažesnė tikimybė, kad išimtiniai platintojai bus suinteresuoti investuoti, kad būtų plėtojamas tas prekių ženklas ir skatinamas tiekėjo produkto (-ų) pardavimas.
- (110) Tiekėjo ir jo konkurentų padėtis rinkoje yra ypač svarbi, nes to paties prekių ženklo platintojų konkurencijos praradimas kels problemų tik tuo atveju, kai skirtingų prekių ženklų platintojų konkurencija bus nedidelė. Kuo stipresnė tiekėjo padėtis, ypač viršijus 30 % ribą, tuo didesnė tikimybė, kad skirtingų prekių ženklų platintojų konkurencija yra silpna, ir tuo didesnis pavojus konkurencijai, kuri kelia sumažėjusi to paties prekių ženklo platintojų konkurencija.
- (111) Tiekėjų konkurentų padėtis gali būti dvejopos svarbos. Jeigu yra stiprių konkurentų, tai dažniausiai reiškia, kad bet koki to paties prekių ženklo platintojų konkurencijos, kuri gali būti ypač svarbi vienintelio platintojo atveju, sumažėjimą nusveria pakankama skirtingų prekių ženklų platintojų konkurencija. Tačiau, jeigu konkurentų skaičius rinkoje yra gana nedidelis, o jų padėtis rinkoje, vertinant pagal rinkos dalį, pajėgumus ir platinimo tinklą, yra gana panaši, kyla slaptų susitarimų ir (arba) konkurencijos sumažėjimo pavojus. Dėl to paties prekių ženklo platintojų konkurencijos praradimo šis pavojus gali padidėti, ypač kai keli tiekėjai taiko panašias platinimo sistemas. Dėl daugiopio išimtinio platinimo, t. y. kai keli tiekėjai tam tikroje teritorijoje paskiria tą (-uos) patį (-čius) išimtinį (-ius) platintoją (-us), gali dar labiau padidėti slaptų susitarimų ir (arba) konkurencijos sumažėjimo tiek tiekėjų, tiek platintojų lygmeniu pavojus. Kai vienam ar keliems platintojams suteikiama išimtinė teisė platinti du arba daugiau svarbių konkuruojančių produktų toje pačioje teritorijoje, tikėtina, kad tų skirtingų prekių ženklų platintojų konkurencija bus gerokai suvaržyta, ypač tuo atveju, jei taikomi linijiniai didmeninės prekybos tarifai. Kuo didesnę bendrą rinkos dalį užima prekių ženklai, kuriuos platina kelių prekių ženklų išimtiniai platintojai, tuo didesnė slaptų susitarimų ir (arba) konkurencijos sumažėjimo rizika ir tuo labiau mažės skirtingų prekių ženklų platintojų konkurencija. Jei vienas ar keli mažmenininkai yra kelių prekių ženklų išimtinis platintojas, kyla pavojus, kad, vienam tiekėjui sumažinus savo prekių

ženklų produktų didmeninę kainą, šis sumažinimas nebus perkeltas jokiems išimtiniam mažmenininkams ar galutiniam vartotojui, nes tada sumažėtų mažmenininko pardavimas ir pelnas, gaunamas parduodant kitų prekių ženklų produktus. Taigi, palyginti su padėtimi, kai nėra daug išimtinių platintojų, tiekėjai bus mažiau suinteresuoti tarpusavio kainų konkurencija. Tokie kumuliatyvaus poveikio atvejai gali būti priežastis atšaukti VSBIR taikymą, jeigu tiekėjų ir pirkėjų rinkos dalys yra mažesnės už VSBIR nustatytą 30 % ribą.

- (112) Vertinant galimą išimtinio platinimo antikonkurencinį poveikį, kliūtys patekti į rinką, kurios gali trukdyti tiekėjams kurti savo integruotą platinimo tinklą arba rasti alternatyvių platintojų, yra ne tokios svarbios, ypač bendrų išimtinių teisių atvejais. Kitų tiekėjų konkurencinės galimybės neribojamos, jeigu išimtinis platinimas nėra derinamas su įsipareigojimu pirkti iš vieno tiekėjo, dėl kurio platintojas yra įpareigojamas arba skatinamas konkrečios rūšies produkto užsakymus teikti vienam tiekėjui. Nors pagal įsipareigojimą pirkti iš vieno tiekėjo platintojas nėra įpareigotas pirkti produktus iš paties tiekėjo, išimtinio platinimo ir įsipareigojimo pirkti iš vieno tiekėjo derinys gali apsunkinti kitų tiekėjų galimybes rasti alternatyvių platintojų.
- (113) Kitų platintojų konkurencinės galimybės nėra ribojamos, jeigu tiekėjas, kuris taiko išimtinio platinimo sistemą, toje pačioje rinkoje paskiria daug išimtinių platintojų ir šiems išimtiniam platintojams netaikomi apribojimai dėl pardavimo kitiems nepaskirtiems platintojams. Tačiau kitų platintojų konkurencinės galimybės gali būti ribojamos, kai galutinės grandies rinkose turima įtakos, visų pirma labai didelių teritorijų atveju, kuriose išimtinis platintojas tampa išimtinis pirkėju visoje rinkoje. Tai, pavyzdžiui, būtų prekybos centrų tinklas, kuris tampa vieninteliu pirmaujančio prekių ženklo platintoju nacionalinėje maisto produktų mažmeninės prekybos rinkoje. Kitų platintojų konkurencinės galimybės gali būti labiau ribojamos daugiariopio išimtinio platinimo atveju.
- (114) Pirkėjo galia taip pat gali padidinti slaptų pirkėjų susitarimų riziką, kai svarbūs pirkėjai, kurie gali būti vienoje ar skirtingose teritorijose, reikalauja, kad vienas ar keli tiekėjai su jais sudarytų išimtinio platinimo susitarimus.
- (115) Svarbu įvertinti rinkos dinamiką, nes dėl didėjančios paklausos, kintančių technologijų ir kintančios padėties rinkoje neigiamas poveikis gali būti mažiau tikėtinas nei brandžioje rinkose.
- (116) Prekybos lygis yra svarbus veiksnys, nes didmeniniame ir mažmeniniame lygiuose galimas neigiamas poveikis gali skirtis. Išimtinis platinimas daugiausia taikomas galutinėms prekėms ir paslaugoms platinti. To paties prekių ženklo platintojų konkurencijos praradimas ypač tikėtinas mažmeniniu lygmeniu, jeigu jis susijęs su didelėmis teritorijomis, nes galutiniams vartotojams sudaroma labai mažai galimybių svarbaus prekių ženklo atveju rinktis arba platintoją, kuris siūlo didelę kainą (ir) arba aukšto lygio paslaugas, arba platintoją, kuris siūlo mažą kainą (ir) arba žemo lygio paslaugas.
- (117) Gamintojas, kuris paskiria didmenininką savo išimtinis platintoju, paprastai jam priskiria didesnę teritoriją, pavyzdžiui, visą valstybę narę. Kol didmenininkas gali parduoti prekes neribodamas galutinės grandies rinkos mažmenininkų galimybių, reikšmingas antikonkurencinis poveikis nėra tikėtinas. Galimas to paties prekių ženklo platintojų konkurencijos praradimas didmeninės prekybos lygmeniu gali būti lengvai nusvertas veiksmingumu, kuris atsiranda dėl logistikos ir pardavimo skatinimo, ypač kai gamintojas yra įsisteigęs kitoje valstybėje narėje. Tačiau esant daugiariopiams išimtinio platinimo santykiams galima rizika skirtingų prekių ženklų

platintojų konkurencijai didmeninės prekybos lygmeniu yra didesnė nei mažmeninės prekybos lygmeniu. Jei vienas didmenininkas tampa išimtinio daugelio tiekėjų prekių platintoju, kyla ne tik tų prekių ženklų tarpusavio konkurencijos sumažėjimo rizika, bet ir didesnė rizika, kad bus ribojamos konkurencinės galimybės didmeninės prekybos lygmeniu.

- (118) Vertinant išimtinio paskirstymo sistemą, pagal kurią tiekėjas išimtinai priskiria klientų grupę vienam ar keliems pirkėjams, atsižvelgiama į tuos pačius veiksnius, kurie nurodyti šių gairių 100–117 punktuose, taip pat reikėtų atsižvelgti į toliau pateiktą informaciją.
- (119) Kai yra išimtinai priskirta teritorija, išimtinis pirkėjų grupės priskyrimas paprastai apsunkina klientų sprendimus, kur ir kokia kaina pirkti. Be to, kadangi kiekvienas paskirtas platintojas turi savo klientų grupę, platintojams, kuriems nebuvo išimtinai priskirta jokia klientų grupė, gali būti sunku įsigyti produktų iš tiekėjo. Todėl kitiems platintojams gali būti lengviau priimti sprendimus, kur ir kokia kaina pirkti.
- (120) Vis dėlto, išimtinio platinimo sistema, kuria ribojama konkurencija pagal 101 straipsnio 1 dalį, gali didinti veiksmingumą, kuris atitinka 101 straipsnio 3 dalyje nustatytas sąlygas, todėl jai gali būti netaikomas 101 straipsnis atskirais atvejais.
- (121) Kaip nustatyta šių gairių 112 punkte, mažai tikėtina, kad bus ribojamos kitų tiekėjų konkurencinės galimybės, nebent išimtinis platinimas bus derinamas su įsipareigojimu pirkti iš vieno tiekėjo. Tačiau net kai išimtinis platinimas derinamas su įsipareigojimu pirkti iš vieno tiekėjo, kitų tiekėjų konkurencinių galimybių ribojimas mažai tikėtinas, galbūt išskyrus atvejį, kai įsipareigojimas pirkti iš vieno tiekėjo taikomas tankiam išimtinių platintojų tinklui mažose teritorijose arba kumuliatyvaus poveikio atveju. Tokiomis aplinkybėmis turėtų būti taikomi šių gairių 8.2.1 skirsnyje nustatyti įsipareigojimo pirkti iš vieno tiekėjo principai. Tačiau, jeigu išimtinis platinimas kartu su įsipareigojimu pirkti iš vieno tiekėjo nelemia reikšmingo konkurencinių galimybių apribojimo, tai gali net paskatinti konkurenciją, nes didėja išimtinio platintojo suinteresuotumas daugiau dėmesio skirti tam tikram prekių ženklui. Todėl, kai nėra tokio reikšmingo ribojamojo poveikio konkurencinėms galimybėms, išimtinis platinimas kartu su įsipareigojimu pirkti iš vieno tiekėjo gali visiškai atitikti 101 straipsnio 3 dalies sąlygas visą susitarimo laikotarpį, ypač didmeninės prekybos lygmeniu.
- (122) Išimtinio platinimo ir išimtinio pirkimo derinys, kurį taikant išimtiniai platintojai tiekėjo prekių ženklo prekes privalo pirkti tiesiogiai iš tiekėjo, didina riziką konkurencijai, susijusią su sumažėjusia to paties prekių ženklo platintojų konkurencija ir rinkos pasidalijimu, kuris gali sudaryti sąlygas kainų diskriminacijai. Išimtinio platinimo jau ribojamos vartotojų galimybės priimti sprendimus, kur ir kokia kaina pirkti, nes ribojamas platintojų skaičius ir jis paprastai derinamas su aktyvaus pardavimo ribojimais, kurie taikomi kitiems platintojams, kad būtų apsaugotos išimtinių platintojų investicijos išimtinėje teritorijoje. Išimtinis pirkimas papildomai varžo platintojų galimybes priimti sprendimus, kur ir kokia kaina pirkti, nes jie negali pirkti iš kitų išimtinio platinimo sistemoje veikiančių platintojų. Dėl šios priežasties tiekėjas, taikydamas nevienodas pardavimo sąlygas vartotojų nenaudai, turi geresnes galimybes riboti to paties prekių ženklo platintojų konkurenciją, nebent išimtinio platinimo ir išimtinio pirkimo deriniu būtų galima užtikrinti veiksmingumą, dėl kurio sumažėtų kainos.
- (123) Produkto pobūdis gali būti svarbus vertinant galimą išimtinio platinimo antikonkurencinį poveikį. Šis poveikis bus mažesnis tuose sektoriuose, kuriuose

aktyviau vyksta prekyba internetu. Jis taip pat svarbus vertinant galimą veiksmingumą, t. y. po to, kai nustatytas reikšmingas antikonkurencinis poveikis.

- (124) Išimtinis platinimas gali lemti veiksmingumą, ypač kai platintojui reikia investuoti, kad apsaugotų arba sukurtų prekių ženklo įvaizdį ir teiktų paklausą didinančias paslaugas. Apskritai didžiausio veiksmingumo pasiekama esant naujiems produktams, sudėtingiems produktams ir produktams, kurių savybes sunku įvertinti prieš juos panaudojant (vadinamieji patirties produktai) ar net panaudojus (vadinamieji pasitikėjimo produktai). Be to, dėl išimtinio platinimo nulemtos masto ekonomijos transporto ir platinimo paslaugų srityje gali būti sumažintos logistikos išlaidos.
- (125) Galima laikyti, kad veiksmingumas, kuris gali būti sukuriama suteikus bendras išimtinės teisės, nusveria bet kokią galimą neigiamą tokios sistemos poveikį, su sąlyga, kad tiekėjas gali įrodyti, jog išimtinių platintojų skaičius buvo nustatytas proporcingai priskirtai teritorijai arba klientų grupei taip, kad būtų užtikrinta tam tikra verslo apimtis, kuri apsaugotų platintojų investicijas.
- (126) Išimtinių klientų grupių priskyrimu grindžiamos išimtinio platinimo sistemos, kurios riboja 101 straipsnio 1 dalies taikymą, taip pat gali atitikti 101 straipsnio 3 dalyje nustatytas sąlygas, todėl atskirais atvejais 101 straipsnis joms gali būti netaikomas. Išimtinių klientų priskyrimas gali padidinti veiksmingumą, kai platintojų investicijos yra būtinos prekių ženklo įvaizdžiui kurti arba platintojai turi investuoti, pavyzdžiui, į specialią įrangą, įgūdžius ar praktinę patirtį, kad prisitaikytų prie jiems priskirtos išimtinės klientų grupės reikalavimų, arba kai šios investicijos leidžia pasiekti masto ar įvairovės ekonomiją logistikos srityje (pavyzdžiui, turint specialų mažmenininką, kuris dalyvauja viešojo administravimo institucijų kompiuterių ar biuro reikmenų pirkimo konkursuose). Šių investicijų nusidėvėjimo laikotarpis parodo, kiek laiko gali būti pateisinama išimtinio platinimo sistema, grindžiama išimtinių klientų grupių priskyrimu. Apskritai išimtinių klientų priskyrimas labiausiai pateisinamas naujų ir sudėtingų produktų, taip pat produktų, kuriuos reikia pritaikyti individualaus kliento poreikiams, atveju. Nustatytų diferencijuotų poreikių buvimas labiau tikėtinas tuo atveju, kai parduodami tarpiniai produktai, t. y. produktai, parduodami skirtingoms profesionalių pirkėjų grupėms. Mažai tikėtina, kad galutinių klientų priskyrimas būtų veiksmingas.
- (127) Daugeriopo išimtinio platinimo oligopolinėje rinkoje pavyzdys

Nacionalinėje galutinio produkto rinkoje yra keturi rinkos lyderiai, kurių kiekvienas valdo apie 20 % rinkos. Šie keturi rinkos lyderiai parduoda savo produktus per išimtinius platintojus mažmeninės prekybos lygmeniu. Mažmenininkams priskirta išimtinė teritorija, kuri atitinka miestą, kuriame jie yra įsisteigę, arba didelio miesto rajoną. Daugumoje teritorijų keturi rinkos lyderiai paskyrė tą patį išimtinį mažmenininką (daugeriopas platinimas), kuris dažniausiai įsisteigęs centre ir specializuojasi parduodamas produktą. Likusioje 20 % nacionalinės rinkos dalyje veikia smulkūs vietos gamintojai, kurių didžiausias valdo 5 % nacionalinės rinkos. Šie vietos gamintojai paprastai parduoda savo produktus per kitus mažmenininkus, ypač dėl to, kad keturių didžiausių tiekėjų išimtiniai platintojai iš esmės nėra suinteresuoti parduoti mažiau žinomų ir pigesnių prekių ženklų produktų. Rinka pasižymi didele prekių ženklų ir produktų diferenciacija. Keturi rinkos lyderiai organizuoja dideles nacionalines reklamos kampanijas ir yra sukūrę gerą prekių ženklų įvaizdį, o mažesnieji gamintojai nereklamuoja savo produktų nacionaliniu mastu. Rinka yra gana brandi, su stabilia paklausa ir be reikšmingų produkto ir technologijos naujovių.

Produktas yra palyginti paprastas.

Tokioje oligopolinėje rinkoje iškyla rizika, kad keturi rinkos lyderiai sudarys slaptą susitarimą. Riziką didina daugiopas platinimas. To paties prekių ženklo platintojų konkurenciją riboja išimtinės teritorijos nustatymas. Keturių pirmaujančių prekių ženklų konkurencija mažmeninės prekybos lygmeniu yra sumažinta, nes kiekvienoje teritorijoje vienas mažmenininkas nustato kainas visiems keturiems prekių ženklams. Daugiopas platinimas reiškia, kad, jeigu vienas gamintojas sumažins savo prekių ženklo produktų kainą, mažmenininkas nebus suinteresuotas perteikti šio kainos sumažinimo galutiniam vartotojui, nes tuomet sumažėtų jo pardavimas ir pelnas, gauti parduodant kitų prekių ženklų produktus. Taigi gamintojai nėra labai suinteresuoti tarpusavio kainų konkurencija. Skirtingų prekių ženklų produktų kainų konkurencija vyksta prastą prekių ženklo įvaizdį turinčių mažesnių gamintojų produktų atveju. Galimų argumentų dėl išimtinių (bendrų) platintojų veiksmingumo nėra daug, nes produktas yra palyginti paprastas, perpardavimui vykdyti nereikia jokių atskirų investicijų arba mokymo, o reklama daugiausia vykdoma gamintojų lygmeniu.

Nors kiekvienas iš rinkos lyderių valdo už nustatytą ribą mažesnę rinkos dalį, 101 straipsnio 3 dalies sąlygos gali būti netenkinamos ir gali prireikti atšaukti bendrąją išimtį susitarimams, sudarytiems su platintojais, kurių viešųjų pirkimų rinkos dalis mažesnė nei 30 %.

(128) Išimtinių klientų priskyrimo pavyzdys

Įmonė sukūrė sudėtingą automatinę gesinimo sistemą. Šiuo metu įmonės rinkos dalis automatinė gesinimo sistemų rinkoje sudaro 40 %. Kai ji pradėjo prekiauti sudėtinga gesinimo sistema, su ankstesniu produktu ji užėmė 20 % rinkos. Naujos rūšies automatinės gesinimo sistemos įrengimas priklauso nuo pastato, kuriame ji yra įrengiama, rūšies ir paskirties (pvz., įstaiga, chemijos gamykla ar ligoninė). Įmonė paskyrė platintojus sudėtingai gesinimo sistemai parduoti ir įrengti. Kiekvienas platintojas turėjo supažindinti savo darbuotojus su bendrais ir konkrečiais automatinės gesinimo sistemos įrengimo reikalavimais pagal atskiras klientų grupes. Norėdama užtikrinti, kad platintojai specializuotųsi, įmonė priskyrė kiekvienam platintojui išimtinę klientų grupę ir uždraudė vykdyti aktyvų pardavimą vienas kito išimtinių klientų grupėms. Po penkerių metų visiems platintojams bus leista vykdyti aktyvų pardavimą visoms klientų grupėms, taigi nebebus taikoma išimtinių klientų priskyrimo sistema. Tuomet tiekėjas taip pat galės pradėti parduoti naujiems platintojams. Rinka yra gana dinamiška, neseniai į ją atėjo du nauji dalyviai, įvyko daug technologinių pasikeitimų. Konkurentai, kurių rinkos dalys sudaro nuo 25 % iki 5 %, taip pat tobulina savo produktus.

Kadangi išimtinumas yra ribotos trukmės ir juo padedama užtikrinti, kad platintojai susigrąžintų savo investicijas ir iš pradžių vykdytų pardavimą tam tikrai klientų grupei ir taip įgytų patirties, o galimas antikonkurencinis poveikis dinamiškoje rinkoje yra nedidelis, 101 straipsnio 3 dalies sąlygos galėtų būti tenkinamos.

4.6.2. Pasirinktinio platinimo sistemos

4.6.2.1. Pasirinktinio platinimo sistemų apibrėžtis

- (129) Kaip nustatyta VSBIR 1 straipsnio 1 dalies h punkte, pagal pasirinktinio platinimo sistemą tiekėjas įsipareigoja tiesiogiai arba netiesiogiai parduoti sutartyje nurodytas prekes arba paslaugas tik platintojams, pasirinktiems pagal apibrėžtus kriterijus, ir

kai tie platintojai įsipareigoja neparduoti tų prekių arba paslaugų neįgaliesiems platintojams toje teritorijoje, kurioje tiekėjas taiko tokią sistemą.

- (130) Tiekėjo taikomi platintojų atrankos kriterijai gali būti kokybiniai ir (arba) kiekybiniai. Kokybiniai kriterijai yra objektyvūs kriterijai, kurie reikalingi dėl produkto pobūdžio, pavyzdžiui, pardavimo personalo mokymas, pardavimo vietoje teikiamos paslaugos ir parduodamų produktų asortimentas⁵². Kiekybiniais kriterijais tiesiogiai ribojamas galimas platintojų skaičius, pavyzdžiui, reikalaujant minimalaus ar maksimalaus pardavimo apimtys arba nustatant platintojų skaičių. Šie kriterijai gali būti keičiami visą pasirinktinio platinimo susitarimo galiojimo laikotarpį.
- (131) Pasirinktinio platinimo sistemos yra panašios į išimtinio platinimo sistemas, nes jomis ribojamas įgaliojimų platintojų skaičius ir perpardavimo galimybės. Jos skiriasi nuo išimtinio platinimo tuo, kad platintojų skaičius ribojamas remiantis konkrečiais atrankos kriterijais. Kitas skirtumas, palyginti su išimtinio platinimu, yra tai, kad perpardavimo ribojimas, siejamas su pasirinktiniu platinimu, yra ne aktyvaus pardavimo ribojimas išimtinėje teritorijoje ar išimtinių klientų grupei, o bet kokio aktyvaus ir pasyvaus pardavimo neįgaliesiems platintojams ribojimas, kai galimais pirkėjais lieka tik įgaliojėji platintojai ir galutiniai klientai.

4.6.2.2. 101 straipsnio taikymas pasirinktinio platinimo sistemoms

- (132) Galimas pasirinktinio platinimo sistemų pavojus konkurencijai yra to paties prekių ženklo platintojų konkurencijos sumažėjimas ir, ypač tuo atveju, kai pasireiškia kumuliatyvus poveikis, tam tikros rūšies (-ių) platintojų konkurencinių galimybių ribojimas, taip pat konkurencijos susilpninimas ir dėl pirkėjų skaičiaus apribojimo galimos palankesnės sąlygos pirkėjams sudaryti slaptą susitarimą.
- (133) Vertinant galimą antikonkurencinį pasirinktinio platinimo poveikį pirmiausia reikėtų atkreipti dėmesį į tai, ar pasirinktinio platinimo sistema atitinka 101 straipsnio 1 dalį. Šiuo tikslu reikia atskirti visiškai kokybinį pasirinktinį platinimą ir kiekybinį pasirinktinį platinimą.
- (134) Visiškai kokybinis pasirinktinis platinimas, kai platintojai atrankami tik pagal objektyvius kriterijus, kuriuos lemia produkto pobūdis, tiesiogiai neriboja platintojų skaičiaus. Jeigu tenkinamos visos trys Europos Teisingumo Teismo sprendime *Metro*⁵³ nustatytos sąlygos (*Metro* kriterijai), paprastai laikoma, kad visiškai kokybinis pasirinktinis platinimas nepatenka į 101 straipsnio 1 dalies taikymo sritį, nes galima daryti prielaidą, kad su pasirinktiniu platinimu susijusį to paties prekių ženklo platintojų konkurencijos ribojimą atsveria didesnė skirtingų prekių ženklų platintojų konkurencija dėl kokybės⁵⁴. Pirmą, atitinkamų prekių ar paslaugų pobūdis turi lemti pasirinktinio platinimo sistemos būtinumą. Tai reiškia, kad, atsižvelgiant į atitinkamo produkto pobūdį, tokia sistema turi būti teisėtas reikalavimas išsaugoti jos

⁵² Žr., pvz., Sprendimo *Groupement d'achat Édouard Leclerc / Komisija*, T-88/92, EU:T:1996:192, 125 ir paskesnius punktus.

⁵³ Žr. sprendimų *NV L'Oréal and SA L'Oréal / PVBA*, 31/80, EU:C:1980:289, 15–16 punktus; *Metro SB-Großmärkte GmbH & Co. KG / Komisija* (Metro I), 26/76, EU:C:1977:167, 20–21 punktus; *Pierre Fabre Dermo-Cosmetique SAS / Président de l'Autorité de la concurrence*, C-439/09, EU:C:2011:649, 41 punktą; *Coty Germany GmbH / Parfümerie Akzente GmbH*, C-230/16, EU:C:2017:941, 24 punktą.

⁵⁴ Žr. sprendimų *Metro SB-Großmärkte GmbH & Co. KG / Komisija* (Metro I), 26/76, EU:C:1977:167, 20–22 punktus; *Allgemeine Elektrizitäts-Gesellschaft AEG-Telefunken AG / Komisija*, 107/82, EU:C:1983:293, 33, 34 ir 73 punktus; *Metro SB-Großmärkte GmbH & Co. KG / Komisija* (Metro II), 75/84, EU:C:1986:399, 45 punktą; *Groupement d'achat Édouard Leclerc / Komisija*, T-88/92, EU:T:1996:192, 106 punktą.

kokybę ir užtikrinti tinkamą jos naudojimą. Pavyzdžiui, pasirinktinio platinimo sistema, kuri nepatenka į 101 straipsnio 1 dalies taikymo sritį, gali būti taikoma aukštos kokybės arba aukštųjų technologijų produktams⁵⁵. Pasirinktinio platinimo sistemos taikymas taip pat gali būti būtinas prabangos prekėms. Tokių prekių kokybę gali lemti ne tik jų materialinės savybės, bet ir jas supanti prabangos aura. Todėl, norint išsaugoti prekių kokybę, gali prireikti sukurti pasirinktinio platinimo sistemą, kuria siekiama užtikrinti, kad prekės būtų eksponuojamos taip, kad prisidėtų prie šios prabangos auros išlaikymo⁵⁶. Antra, pardavėjai turi būti pasirenkami pagal objektyvius kokybinio pobūdžio kriterijus, kurie nustatomi vienodi visiems galimiems pardavėjams ir taikomi nediskriminaciniu būdu. Nors teismų praktikoje nereikalaujama su kokybiniais kriterijais supažindinti visus potencialius pardavėjus, toks skaidrumas gali padidinti tikimybę, kad bus laikomasi *Metro* kriterijų⁵⁷. Trečia, nustatyti kriterijai neturi viršyti to, kas yra būtina⁵⁸.

- (135) Vertinant pasirinktinį platinimą pagal 101 straipsnio 1 dalį taip pat reikia atskirai analizuoti kiekvieną galimai ribojančią susitarimo sąlygą pagal *Metro* kriterijus⁵⁹. Tai visų pirma reiškia, kad reikia nustatyti, ar ribojanti sąlyga yra proporcinga atsižvelgiant į pasirinktinio platinimo sistemos tikslą ir ar ji neviršija to, kas būtina šiam tikslui pasiekti⁶⁰. Mažai tikėtina, kad pagrindiniai apribojimai atitiks tokius reikalavimus. Priešingai, pavyzdžiui, prabangos prekių tiekėjo įgaliotiesiems platintojams nustatytas draudimas naudotis trečiųjų šalių interneto platformomis gali būti laikomas tinkamu, jeigu jis leidžia įgaliotiesiems platintojams reklamuotis internetu trečiųjų šalių platformose ir naudotis interneto paieškos sistemomis, dėl ko klientai paprastai gali rasti įgaliotųjų platintojų pasiūlymą internete naudodamiesi tokiomis paieškos sistemomis, ir neviršija to, kas būtina siekiant išsaugoti šių prekių prabangos įvaizdį⁶¹. Jei taip yra, tai nepatenka į 101 straipsnio 1 dalies taikymo sritį ir tolesnė analizė nereikalinga.
- (136) Net jei jos neatitinka *Metro* kriterijų, kokybinėms ir (arba) kiekybinėms pasirinktinio platinimo sistemoms gali būti taikoma apsaugos taisyklė, jei tiekėjo ir pirkėjo rinkos dalys neviršija 30 %, o susitarime nėra jokių pagrindinių apribojimų⁶². Išimtis gali būti taikoma ir tada, jei pasirinktinis platinimas derinamas su kitais vertikaliais apribojimais, kurie nėra pagrindiniai, pavyzdžiui, įsipareigojimu nekonкуруoti. Bendroji išimtis taikoma neatsižvelgiant į atitinkamo produkto pobūdį ir atrankos kriterijų pobūdį. Tačiau, kai pagal produkto savybes nereikia taikyti pasirinktinio

⁵⁵ Sprendimai *Metro SB-Großmärkte GmbH & Co. KG / Komisija* (Metro I), 26/76, EU:C:1977:167; *Allgemeine Elektrizitäts-Gesellschaft AEG-Telefunken AG / Komisija*, 107/82, EU:C:1983:293.

⁵⁶ Žr. Sprendimo *Coty Germany GmbH / Parfümerie Akzente GmbH*, C-230/16, EU:C:2017:941, 25–29 punktus.

⁵⁷ Taip pat žr. pagal analogiją Sprendimą *Auto 24 SARL / Jaguar Land Rover France SAS*, C-158/11, EU:C:2012:351.

⁵⁸ Žr. sprendimų *NV L'Oréal and SA L'Oréal / PVBA*, 31/80, EU:C:1980:289, 15–16 punktus; *Metro SB-Großmärkte GmbH & Co. KG / Komisija* (Metro I), 26/76, EU:C:1977:167, 20–21 punktus; *Allgemeine Elektrizitäts-Gesellschaft AEG-Telefunken AG / Komisija*, 107/82, EU:C:1983:293, 35 punktą; *Société d'Hygiène Dermatologique de Vichy / Komisija*, T-19/91, EU:T:1992:28, 65 punktą.

⁵⁹ Žr. šių gairių 134 punktą.

⁶⁰ Žr. Sprendimo *Coty Germany GmbH / Parfümerie Akzente GmbH*, C-230/16, EU:C:2017:941, 43 ir paskesnius punktus.

⁶¹ Žr. Sprendimo *Coty Germany GmbH / Parfümerie Akzente GmbH*, C-230/16, EU:C:2017:941, 43 ir paskesnius punktus, visų pirma 67 punktą.

⁶² Žr. Sprendimą *Pierre Fabre Dermo-Cosmetique SAS / Président de l'Autorité de la concurrence*, C-439/09, EU:C:2011:649; taip pat žr. pagal analogiją Sprendimą *Auto 24 SARL / Jaguar Land Rover France SAS*, C-158/11, EU:C:2012:351.

platinimo⁶³ arba kriterijų, pavyzdžiui, reikalavimo, kad platintojai turėtų vieną ar daugiau fizinių parduotuvių ar teiktų konkrečias paslaugas, tokia platinimo sistema paprastai neturi pakankamo veiksmingą didinančio poveikio, kuris atsvertų reikšmingą to paties prekių ženklo platintojų konkurencijos sumažėjimą. Kai antikonkurencinis poveikis yra reikšmingas, tikėtina, kad VSBIR taikymas bus atšauktas.

- (137) Likusioje šio skirsnio dalyje pateikiama informacija apie individualų pasirinktinio platinimo sistemos, kuri neatitinka *Metro* kriterijų ir kuriai netaikomas VSBIR, vertinimą arba vertinimą, kai yra daromas kumuliatyvus poveikis dėl lygiagrečių pasirinktinio platinimo tinklų toje pačioje rinkoje.
- (138) Vertinant galimą antikonkurencinį poveikį, svarbiausia yra tiekėjo ir jo konkurentų padėtis rinkoje, kadangi to paties prekių ženklo platintojų konkurencijos praradimas gali kelti problemų tik tada, kai yra silpna skirtingų prekių ženklų platintojų konkurencija. Kuo stipresnė tiekėjo padėtis, ypač viršijanti 30 % ribą, tuo didesnė rizika konkurencijai, kylanti dėl didesnio to paties prekių ženklo platintojų konkurencijos praradimo. Kitas svarbus veiksnys yra pasirinktinio platinimo tinklų, esančių toje pačioje rinkoje, skaičius. Kai pasirinktinį platinimą rinkoje taiko tik vienas tiekėjas rinkoje, kiekybinis pasirinktinis platinimas paprastai neturi grynojo neigiamo poveikio. Tačiau praktikoje pasirinktinį platinimą dažnai taiko keli tiekėjai tam tikroje rinkoje.
- (139) Konkurentų padėtis gali turėti dvejopą svarbą. Viena vertus, jeigu yra stiprių konkurentų, tai dažniausia reiškia, kad bet koki to paties prekių ženklo platintojų konkurencijos, kuri gali būti ypač svarbi vienintelio platintojo atveju, sumažėjimą nusveria pakankama skirtingų prekių ženklų platintojų konkurencija. Kita vertus, esant kumuliatyviui poveikiui, kai dauguma rinkoje pirmaujančių tiekėjų taiko pasirinktinį platinimą, tam tikrų rūšių platintojų (t. y. taikančių nuolaidas) konkurencinės galimybės gali būti ribojamos. Veiksmingiau veikiančių platintojų konkurencinių galimybių ribojimo pavojus yra didesnis, kai taikomas pasirinktinis, o ne išimtinis platinimas, nes pasirinktinio platinimo sąlygomis ribojamas pardavimas neįgaliesiems platintojams. Tuo apribojimu siekiama, kad pasirinktinio platinimo sistemos būtų uždaro pobūdžio, kai produktą gali įsigyti tik įgaliojami platintojai, atitinkantys nustatytus kriterijus, o neįgaliojami platintojai negali gauti prekių. Atitinkamai pasirinktinis platinimas ypač tinkamas siekiant išvengti kainų nuolaidas taikančių (ir prekiaujančių ne internetu arba tik internetu) platintojų daromo spaudimo gamintojo pelnui, taip pat įgaliojusių prekiautojų pelnui. Tokių platinimo būdų ribojimu, kuris gali atsirasti arba dėl to, kad pasirinktinis platinimas naudojamas kumuliatyviai, arba jį naudoja vienintelis tiekėjas, kurio rinkos dalis viršija 30 %, sumažinamos vartotojų galimybės pasinaudoti konkrečiais šių platinimo būdų privalumais, pavyzdžiui, mažesnėmis kainomis, didesniu skaidrumu ir didesnėmis galimybėmis įsigyti produktą.
- (140) Kai VSBIR taikomas individualiems pasirinktinio platinimo tinklams, dėl kumuliatyvaus poveikio gali būti svarstoma galimybė atšaukti bendrosios išimties taikymą arba nebetaikyti VSBIR. Tačiau nėra tikėtina, kad kumuliatyvaus poveikio

⁶³ Žr., pavyzdžiui, 1996 m. gruodžio 12 d. Bendrojo Teismo sprendimo *Groupement d'achat Edouard Leclerc / Komisija*, T-19/92, Rink. p. II-1851, 112–123 punktus; 1996 m. gruodžio 12 d. Sprendimo *Groupement d'achat Edouard Leclerc / Komisija*, T-88/92, Rink. p. II-1961, 106–117 punktus ir pirmesnėje išnašoje nurodytą teismo praktiką.

problema iškiltų, kai pasirinktiniu platinimu užimama rinkos dalis neviršija 50 %. Taip pat tikėtina, kad konkurencijos problemų nekils, kai pasirinktiniu platinimu užimama daugiau nei 50 % rinkos, bet bendra penkių didžiausių tiekėjų rinkos dalis neviršija 50 %. Kai tiek penkių didžiausių tiekėjų rinkos dalis, tiek rinkos, kurią apima pasirinktinis platinimas, dalis viršija 50 %, vertinimas gali skirtis, priklausomai nuo to, ar visi penki didžiausi tiekėjai taiko pasirinktinį platinimą. Kuo stipresnė konkurentų, kurie netaiko pasirinktinio platinimo, padėtis, tuo mažiau yra tikėtinas kitų platintojų konkurencinių galimybių ribojimas. Konkurencijos problemų gali kilti tada, jei visi penki didžiausi tiekėjai taikys pasirinktinį platinimą. Taip būtų visų pirma tuo atveju, jei didžiausių tiekėjų sudarytuose susitarimuose būtų numatyti kiekybiniai atrankos kriterijai, tiesiogiai ribojantys įgaliojimų platintojų skaičių, arba jei taikomi kokybiniai kriterijai neleistų taikyti tam tikrų platinimo būdų, pavyzdžiui, reikalavimas turėti vieną ar daugiau fizinių parduotuvių arba teikti tam tikras paslaugas, kurios paprastai gali būti teikiamos tik taikant tam tikrą platinimo būdą. Apskritai mažai tikėtina, kad 101 straipsnio 3 dalies sąlygos bus įvykdytos, jei pasirinktinio platinimo sistemos, kurios prisideda prie kumuliatyvaus poveikio, neleidžia patekti į rinką naujiems platintojams, galintiems tinkamai parduoti atitinkamus produktus. Visų pirma mažai tikėtina, kad galutiniai vartotojai gaus naudos dėl veiksmingumo, jei platinimo sistemas sudarys tik tam tikri esami kanalai, o rinkoje nebus kainų nuolaidas taikančių arba tik internetu prekiaujančių platintojų, kurie vartotojams siūlo mažesnes kainas. Taikant labiau netiesioginius kiekybinio pasirinktinio platinimo būdus, pavyzdžiui, vien kokybinius atrankos kriterijus derinant su reikalavimu platintojams per metus parduoti minimalų kiekį, mažiau tikėtina, kad atsiras grynasis neigiamas poveikis, jeigu toks kiekis nesudarys reikšmingos bendros platintojų apyvartos, gautos pardavus konkrečius produktus, dalies ir neviršys to, kas yra būtina, kad tiekėjui atsipirktų su santykiniais susijusios investicijos ir (arba) būtų pasiekta masto ekonomija platinimo srityje. Tiekėjas, kurio rinkos dalis neviršija 5 %, paprastai nėra laikomas reikšmingai prisidedančiu prie kumuliatyvaus poveikio.

- (141) Kliūtys patekti į rinką iš esmės yra svarbios, kai ribojamos neįgaliojimų platintojų konkurencinės galimybės rinkoje. Kliūtys patekti į rinką galėtų būti reikšmingos tais atvejais, kai prekių ženklu pažymėtų produktų gamintojai taiko pasirinktinį platinimą, nes paprastai į pasirinktinio platinimo sistemą neįtrauktiems platintojams reikia laiko ir didelių investicijų tam, kad galėtų rinkai pateikti savo prekių ženklo prekes arba kitur įsigyti konkurencingų prekių.
- (142) Perkamoji galia gali padidinti slapto platintojų susitarimo riziką. Stiprią padėtį rinkoje užimantys platintojai gali skatinti tiekėjus taikyti atrankos kriterijus, dėl kurių rinkoje būtų ribojamos naujų ir efektyvesnių platintojų konkurencinės galimybės. Todėl perkamoji galia gali reikšmingai pakeisti galimo pasirinktinio platinimo antikonkurencinio poveikio analizę. Efektyviau veikiančių platintojų konkurencinių galimybių ribojimas rinkoje gali ypač pasireikšti tada, kai stipri platintojų organizacija, siekdama riboti platinimą savo narių naudai, tiekėjui taiko atrankos kriterijus.
- (143) VSBIR 5 straipsnio 1 dalies c punkte nustatyta, kad tiekėjas negali nustatyti įpareigojimo, verčiančio įgaliojimus platintojus tiesiogiai ar netiesiogiai neprekiuoti tam tikrų konkuruojančių tiekėjų prekių ženklais pažymėtais produktais. Šia nuostata siekiama išvengti horizontaliojo slapto susitarimo, kuriuo pirmiausia susitaria tiekėjai sukurtų pasirinktines prekių ženklų grupes ir taip užkirstų kelią tam tikrais prekių ženklais pažymėtiems produktams. Mažai tikėtina, kad tokiam įpareigojimui būtų

taikoma išimtis, kai penkių didžiausių tiekėjų rinkos dalis yra lygi 50 % arba didesnė, nebent nė vienas iš tiekėjų, taikančių tokią įpareigojimą, nepriklauso penkiems didžiausiems rinkoje esantiems tiekėjams.

- (144) Konkurencijos problemų, susijusių su kitų tiekėjų konkurencinių galimybių ribojimu, paprastai nekyla, jei kitiems tiekėjams netrukdoma naudotis tų pačių platintojų paslaugomis, pavyzdžiui, kai pasirinktinis platinimas derinamas su įsipareigojimu pirkti iš vieno tiekėjo. Jeigu įgaliotųjų platintojų tinklas yra tankus arba yra kumuliatyvus poveikis, pasirinktinio platinimo ir įsipareigojimo nekonkuruoti derinys gali kelti pavojų, kad bus apribotos kitų tiekėjų konkurencinės galimybės. Tokiu atveju taikomi įsipareigojimui pirkti iš vieno tiekėjo skirti principai, nustatyti šių gairių 2.1 skirsnyje. Jeigu pasirinktinis platinimas nėra derinamas su įsipareigojimu nekonkuruoti, konkuruojančių tiekėjų konkurencinių galimybių ribojimas rinkoje vis tiek gali būti problema, kai pirmaujantys tiekėjai taiko ne tik visiškai kokybinius atrankos kriterijus, bet savo platintojams nustato tam tikrus papildomus įpareigojimus, pavyzdžiui, įpareigojimą rezervuoti minimalų plotą lentynose tiekėjo produktams arba užtikrinti, kad platintojo parduodama tiekėjo produktų apyvarta pasiektų minimalią visos platintojo apyvartos dalį. Tokia problema greičiausiai neiškils, jeigu rinkos dalis, kurią apima pasirinktinis platinimas, neviršija 50 % arba, kai šis aprėpties rodiklis viršijamas, jeigu penkių didžiausių tiekėjų rinkos dalis neviršija 50 %.
- (145) Svarbu įvertinti rinkos dinamiką, nes dėl didėjančios paklausos, kintančių technologijų ir kintančios padėties rinkoje neigiamas poveikis gali būti mažiau tikėtinas nei brandžioje rinkose.
- (146) Pasirinktinis platinimas gali būti veiksmingas, kai dėl jo nulemtos masto ekonomijos transporto paslaugų srityje mažėja logistikos išlaidos, ir taip gali būti nepaisant produkto pobūdžio (žr. šių gairių 14 punkto g papunktį). Tačiau pasirinktinio platinimo sistemose veiksmingumas dažniausiai yra tik nedidelis. Norint įvertinti, ar pasirinktinis platinimas gali pagrįstai išspręsti platintojų pasinaudojimo kito paslaugomis problemą (žr. šių gairių 14 punkto b papunktį) arba padėti sukurti ar išlaikyti prekių ženklo įvaizdį (žr. šių gairių 14 punkto h papunktį), svarbu atsižvelgti į produkto pobūdį. Apskritai didžiausio veiksmingumo taikant pasirinktinį platinimą pasiekama esant naujiems produktams, sudėtingiems produktams ir produktams, kurių savybes sunku įvertinti prieš juos panaudojant (vadinamieji patirties produktai) ar net panaudojus (vadinamieji pasitikėjimo produktai). Toks pasirinktinio platinimo derinimas su vietovės išlyga, kuria įgaliotasis platintojas apsaugomas nuo kitų įgaliotųjų platintojų konkurencijos jiems atidarius parduotuvę kaimynystėje, gali visų pirma atitikti 101 straipsnio 3 dalies sąlygas, jeigu toks derinimas yra būtinas siekiant apsaugoti įgaliotųjų platintojų esmines ir su santykiškai susijusias investicijas (žr. šių gairių 14 punkto e papunktį). Siekiant užtikrinti, kad būtų pasirinktas mažiausią antikonkurencinį poveikį darantis apribojimas, yra svarbu įvertinti, ar toks pat veiksmingumas gali būti pasiektas tokiomis pačiomis sąnaudomis, pavyzdžiui, taikant reikalavimus tik aptarnavimui.
- (147) Kiekybinio pasirinktinio platinimo pavyzdys

Prekių ženklu pažymėtų prekių gamintojas A, kuris yra rinkos lyderis, turintis 35 % rinkos dalį, ilgalaikio vartojimo prekių rinkoje parduoda savo produktą galutiniams vartotojams per pasirinktinio platinimo sistemą. Yra keli patekimo į sistemą kriterijai: parduotuvėje turi dirbti apmokėti darbuotojai ir teikti paslaugas iki pardavimo, parduotuvėje turi būti speciali vieta, skirta parduoti tam produktui ir panašiams

aukštas technologijas naudojantiems produktams, parduotuvė privalo pardavinėti tiekėjo tiekiamus produktus ir juos patraukliai išdėlioti. Be to, į sistemą priimamų mažmenininkų skaičius yra tiesiogiai ribojamas nustatant maksimalų mažmenininkų skaičių pagal kiekvieno regiono arba miesto gyventojų skaičių. Gamintojas A šioje rinkoje turi 6 konkurentus. Jo didžiausių konkurentų, kurie yra prekių ženklų pažymėtų prekių gamintojai B, C ir D, kurių rinkos dalys atitinkamai sudaro 25 %, 15 % ir 10 %, o kitų gamintojų rinkos dalys yra mažesnės. A yra vienintelis gamintojas, naudojantis pasirinktinį platinimą. Pasirinktiniai A prekių ženklo platintojai visada parduoda ir kelių konkuruojančių prekių ženklų prekes. Tačiau konkuruojančių prekių ženklų prekės taip pat yra parduodamos parduotuvėse, kurios nepriklauso gamintojo A pasirinktinio platinimo sistemai. Platinimo kanalai yra įvairūs, pavyzdžiui, prekių ženklų B ir C prekės parduodamos ne tik daugelyje gamintojo A pasirinktų parduotuvių, bet ir kitose parduotuvėse, teikiančiose kokybišką aptarnavimą, bei dideliuose prekybos centruose. Prekių ženklo D prekės daugiausia parduodamos parduotuvėse, kuriose teikiamos aukšto lygio paslaugos. Technologijos šioje rinkoje tobulėja gana greitai, ir pagrindiniai tiekėjai dėl reklamos išlaiko gerą savo produktų kokybės įvaizdį.

Pasirinktinis platinimas apima 35 % šios rinkos. Gamintojo A pasirinktinio platinimo sistema neturi tiesioginio poveikio skirtingų prekių ženklų platintojų konkurencijai. A prekių ženklo platintojų konkurencija gali būti sumažinta, tačiau vartotojai gali rinktis B ir C prekių ženklų, kurių kokybės įvaizdis yra panašus į A prekių ženklo kokybės įvaizdį, mažmenininkus, teikiančius žemo lygio paslaugas ir (arba) siūlančius mažas kainas. Be to, galimybė rinktis kitų prekių ženklų mažmenininkus, teikiančius aukšto lygio paslaugas, nėra ribojama, nes atrinktų platintojų galimybės prekiauti konkuruojančių prekių ženklų produktais neribojamos, o dėl kiekybinio A prekių ženklo platintojų skaičiaus ribojimo kiti mažmenininkai, teikiantys aukšto lygio paslaugas, gali nevaržomai platinti konkuruojančius prekės ženklus. Šiuo atveju, atsižvelgiant į paslaugų reikalavimus ir į tikėtiną jų sukuriama veiksmingumą, taip pat į ribotą poveikį A prekių ženklo platintojų konkurencijai, yra tikėtina, kad gali būti tenkinamos 101 straipsnio 3 dalies sąlygos.

(148) Pasirinktinio platinimo, turinčio kumuliatyvų poveikį, pavyzdys

Tam tikrų sporto prekių rinkoje yra septyni gamintojai, kurių rinkos dalys sudaro atitinkamai 25 %, 20 %, 15 %, 15 %, 10 %, 8 % ir 7 %. Penki didžiausi gamintojai platina savo produktus, naudodamiesi kiekybiniu pasirinktiniu platinimu, o du mažiausi gamintojai taiko kitokios rūšies platinimo sistemas, taigi pasirinktinis platinimas apima 85 % rinkos. Prieigos prie pasirinktinio platinimo tinklų kriterijai visiems gamintojams yra vienodi: platintojai turi turėti vieną ar daugiau fizinių parduotuvių, parduotuvėje turi dirbti apmokėti darbuotojai ir teikti aptarnavimą iki pardavimo, parduotuvėje turi būti speciali vieta, skirta tam produktui parduoti, ir nustatytas minimalus tos vietos plotas. Parduotuvė turi pardavinėti platų šio prekių ženklo prekių asortimentą ir patraukliai pateikti produktą, parduotuvė turi būti įsikūrusi prekybinėje gatvėje ir produktas turi sudaryti bent 30 % bendros parduotuvės apyvartos. Dažniausiai tas pats platintojas yra įgaliojamas platinti visų penkių prekių ženklų produktus. Dviejų prekių ženklų, kuriems netaikomas pasirinktinis platinimas, prekės paprastai yra parduodamos per mažiau specializuotus ir žemesnio lygio paslaugas teikiančius mažmenininkus. Rinkoje yra stabili ir pasiūla, ir paklausa, yra labai gera produktų diferenciacija, o prekių ženklo įvaizdis yra svarbus. Visi penki rinkos lyderiai turi labai gerą prekių ženklų įvaizdį, sukurtą reklamuojant ir skatinant

pardavimą, o dviejų mažesnių gamintojų strategija yra parduoti pigesnius produktus, neturinčius labai gero prekių ženklo įvaizdžio.

Šioje rinkoje galimybė prekiauti penkių pirmaujančių prekių ženklų produktais nesuteikiama bendras kainų nuolaidas taikantiems platintojams ir platintojams, kurie parduoda tik internetu. Taip yra dėl to, kad reikalavimas, jog produktas sudarytų bent 30 % platintojų veiklos, ir kriterijai, taikomi prekių pateikimui ir paslaugoms iki pardavimo, nesuteikia galimybės daugumai kainų nuolaidas taikančių platintojų patekti į įgaliojimų platintojų tinklą. Be to, reikalaujant turėti vieną ar daugiau fizinių parduotuvių tik internetu prekiaujantiems platintojams užkertamas kelias patekti į tinklą. Todėl vartotojai neturi pasirinkimo ir yra priversti pirkti penkių pirmaujančių prekių ženklų produktus aukšto lygio paslaugas ir (arba) dideles kainas siūlančiose parduotuvėse. Dėl to sumažėja konkurencija tarp penkių pirmaujančių prekių ženklų platintojų. Tai, kad dviejų mažiausių prekių ženklų produktus galima įsigyti žemo lygio paslaugas teikiančiose ir (arba) mažas kainas siūlančiose parduotuvėse, to nekompensuoja, nes penkių rinkos lyderių prekių ženklo įvaizdis yra daug geresnis. Skirtingų prekių ženklų platintojų konkurencija taip pat yra apribota dėl daugiopio platinimo. Nors ir yra tam tikra to paties prekių ženklo platintojų konkurencija, o platintojų skaičius nėra tiesiogiai ribojamas, patekimo į tinklą kriterijai yra pakankamai griežti, todėl kiekvienoje teritorijoje yra nedaug platintojų, prekiaujančių penkių pirmaujančių prekių ženklų produktais.

Veiksmingumas, susijęs su tokiomis kiekybinio pasirinktinio platinimo sistemomis, yra menkas: produktas nėra labai sudėtingas ir nepateisina ypač aukšto lygio paslaugų. Jeigu gamintojai negali įrodyti, kad jų pasirinktinio platinimo sistemomis aiškiai sukuriamas veiksmingumas, tikėtina, kad bendroji išimtis turės būti atšaukta dėl kumulatyvaus ribojamojo poveikio, dėl kurio vartotojai turi mažesnę pasirinkimą, o kainos yra didesnės.

4.6.3. *Franšizė*

- (149) Franšizės susitarimai apima intelektualinės nuosavybės teisių, ypač susijusių su prekių ženklais ar žymenimis ir praktine patirtimi naudojant ir platinant prekes bei paslaugas, licencijas. Be INT licencijos, paprastai franšizės teisių suteikėjas teikia komercinę ir techninę pagalbą franšizės gavėjui visą sutarties galiojimo laikotarpį. Licencija ir pagalba yra neatskiriami verslo būdo, kuriam taikoma franšizė, komponentai. Franšizės gavėjas paprastai moka franšizės teisių suteikėjui franšizės mokestį už tam tikro verslo būdo naudojimą. Franšizė gali leisti franšizės teisių suteikėjui sukurti vienodą jo produktų platinimo sistemą atliekant labai nedideles investicijas. Be verslo būdo pateikimo, franšizės susitarimuose paprastai yra skirtingų vertikalųjų apribojimų, taikomų platinamiems produktams, derinių, kuriuos visų pirma sudaro pasirinktinis platinimas, įsipareigojimai nekonkuruoti, išimtinis platinimas ar ne tokios griežtos jų formos.
- (150) Franšizei (išskyrus pramonines franšizės sutartis) būdingi tam tikri specifiniai bruožai, pavyzdžiui, vienodo prekybinio pavadinimo naudojimas, vienodų verslo metodų taikymas (įskaitant INT licencijavimą) ir autorinio atlyginimo mokėjimas už suteiktą naudą. Atsižvelgiant į šiuos ypatumus, nuostatos, kurios yra būtinos tokių platinimo sistemų veikimui, gali būti laikomos nepatenkančiomis į 101 straipsnio 1 dalies taikymo sritį. Tai, pavyzdžiui, susiję su apribojimais, neleidžiančiais, kad franšizės teisių suteikėjo teikiama praktinė patirtis ir pagalba būtų naudinga jo

konkurentams⁶⁴, ir su įsipareigojimu nekonkuruoti dėl franšizės teisių suteikėjo įsigyjamų prekių ar paslaugų, kuris būtinas franšizės tinklo bendrai tapatybei ir reputacijai palaikyti. Pastaruoju atveju įsipareigojimo nekonkuruoti trukmė yra nesvarbi, jeigu tik ji neviršija paties franšizės susitarimo trukmės.

- (151) Franšizės susitarimams taikomas VSBIR, jei ir tiekėjo, ir pirkėjo rinkos dalys neviršija 30 %⁶⁵. Franšizės susitarimuose numatytų INT licencijavimas aptariamas šių gairių 67–82 punktuose. Franšizės susitarimuose numatyti vertikalieji apribojimai bus vertinami pagal platinimo sistemai, kuri labiausiai atitinka konkretaus franšizės susitarimo pobūdį, taikomas taisykles. Pavyzdžiui, franšizės susitarimas, kuriuo sukuriamas uždaras tinklas, nes nariams draudžiama parduoti prekes ne nariams, vertinamas pagal pasirinktiniam platinimui taikomas taisykles. Priešingai, franšizės susitarimas, kuriuo suteikiamas teritorinis išimtinumas ir apsauga nuo kitų franšizės gavėjų aktyvaus pardavimo, vertinamas pagal išimtiniam platinimui taikomas taisykles.
- (152) VSBIR netaikomas franšizės susitarimams, kuriuose numatyti pagrindiniai apribojimai, įskaitant PKP⁶⁶. Susitarimai, kuriems netaikomas VSBIR, turi būti vertinami individualiai pagal 101 straipsnį. Atliekant šį vertinimą reikėtų atsižvelgti į tai, kad, kuo svarbesnis praktinės patirties perdavimas, tuo didesnė tikimybė, kad vertikaliais apribojimais sukuriamas veiksmingumas ir (arba) jie yra būtini siekiant apsaugoti praktinę patirtį, todėl jie atitinka 101 straipsnio 3 dalies sąlygas.
- (153) Franšizės pavyzdys

Gamintojas sukūrė naują saldainių pardavimo vadinamosiose pramogų parduotuvėse formą, kai saldainiai gali būti nudažomi pagal vartotojo pageidavimą. Saldainių gamintojas taip pat sukūrė mašinas saldainiams dažyti ir gamina dažomuosius skysčius. Skysčio kokybė ir šviežumas yra ypač svarbūs gerų saldainių gamybai. Gamintojui sekėsi pardavinėti saldainius daugelyje nuosavų mažmeninės prekybos vietų, kurios visos veikė tuo pačiu pavadinimu ir turėjo vienodą su pramogomis susijusį įvaizdį (pvz., bendrą parduotuvės stilių ir reklamą). Norėdamas padidinti pardavimą, saldainių gamintojas pradėjo taikyti franšizės sistemą. Siekiant užtikrinti vienodą produktų kokybę ir parduotuvės įvaizdį, franšizės gavėjai privalo iš gamintojo pirkti saldainius, skystį ir dažymo aparatą, veikti tuo pačiu pavadinimu, mokėti franšizės mokestį, prisidėti prie bendros reklamos ir užtikrinti franšizės teisių suteikėjo parengto naudojimo vadovo konfidencialumą. Be to, franšizės gavėjams leidžiama parduoti sutartose patalpose tik galutiniams naudotojams arba kitiems franšizės gavėjams. Jiems neleidžiama jų parduotuvėse parduoti kitų saldainių. Franšizės teisių suteikėjas negali paskirti kito franšizės gavėjo ir negali turėti kitos mažmeninės prekybos vietos susitarime nurodytoje teritorijoje. Franšizės teisių suteikėjas taip pat įsipareigoja atnaujinti ir toliau tobulinti savo produktus, verslo perspektyvas ir veiklos vadovą bei informuoti apie šiuos patobulinimus visus franšizės gavėjus. Franšizės susitarimai sudaromi 10 metų.

Saldainiais prekiaujantys mažmenininkai perka saldainius nacionalinėje rinkoje iš nacionalinių gamintojų, kurie stengiasi įtikti nacionaliniam skoniui, arba iš

⁶⁴ Žr. Sprendimo *Pronuptia de Paris GmbH / Pronuptia de Paris Irmgard Schillgallis*, 161/84, EU:C:1986:41, 16 punktą.

⁶⁵ Taip pat žr. 86–95 punktus, ypač 92 punktą.

⁶⁶ Žr. Sprendimo *Pronuptia de Paris GmbH / Pronuptia de Paris Irmgard Schillgallis*, 161/84, EU:C:1986:41, 23 punktą.

didmenininkų, kurie ne tik parduoda nacionalinių gamintojų saldinius, bet ir importuoja juos iš užsienio gamintojų. Toje rinkoje franšizės teisių suteikėjo produktai konkuruoja su daugelio nacionalinių ir tarptautinių prekių ženklų saldainiais, kuriuos kartais gamina didelės įvairius maisto produktus gaminančios bendrovės. Maisto dažymo aparatų rinkoje franšizės teisių suteikėjo rinkos dalis yra mažesnė nei 10 %. Franšizės teisių suteikėjui priklauso 30 % mažmenininkams parduodamų saldinių rinkos. Yra daug potencialių saldinių pardavimo vietų – tabako parduotuvės, įprastos maisto prekių parduotuvės, kavinės ir specializuotos saldumynų parduotuvės.

Dauguma franšizės susitarimuose numatytų įpareigojimų gali būti laikomi būtiniais INT apsaugai užtikrinti arba bendrai franšizės tinklo tapatybei ir reputacijai išlaikyti, taigi nepatenka į 101 straipsnio 1 dalies taikymo sritį. Pardavimui taikomi apribojimai (t. y. nustatyta susitarimo teritorija ir pasirinktinis platinimas) skatina franšizės gavėjus investuoti į franšizės koncepciją ir dažymo aparatą ir padėti išlaikyti bendrą tapatybę – taip atsveriamas to paties prekių ženklo platintojų konkurencijos praradimas. Nuostata dėl nekonkuravimo, pagal kurią visą susitarimų galiojimo laikotarpį parduotuvėse draudžiama prekiauti kitų prekių ženklų saldainiais, leidžia franšizės teisių suteikėjui išlaikyti vienodą parduotuvių struktūrą ir neleidžia konkurentams naudotis jo prekybiniu pavadinimu. Atsižvelgiant į didelį prekybos vietų, kuriose gali prekiauti kiti saldinių gamintojai, skaičių, neįkyla jokių didelių konkurencinių galimybių ribojimo problemų. Todėl tikėtina, kad franšizės susitarimai atitinka 101 straipsnio 3 dalyje nustatytas išimties taikymo sąlygas tiek, kiek jie nepatenka į 101 straipsnio 1 dalies taikymo sritį.

5. RINKOS APIBRĖŽIMAS IR RINKOS DALIES APSKAIČIAVIMAS

5.1. Pranešimas dėl rinkos apibrėžimo

- (154) Komisijos pranešime dėl atitinkamos rinkos apibrėžimo Bendrijos konkurencijos teisės taikymo tikslais (toliau – Pranešimas dėl rinkos apibrėžimo) pateikiama daugiau informacijos apie taisykles, kriterijus ir įrodymus, kuriuos Komisija taiko sprendžiant rinkos apibrėžimo klausimus⁶⁷. Todėl atitinkama rinka 101 straipsnio taikymo vertikaliesiems susitarimams tikslais turėtų būti apibrėžiama remiantis ta informacija ir visa būsima informacija apie atitinkamos rinkos apibrėžimą ES konkurencijos teisės tikslais. Šiose gairėse nagrinėjami tik konkretūs klausimai, kurie susiję su VSBIR taikymu ir kurie nėra nagrinėjami Pranešime dėl rinkos apibrėžimo.

5.2. Rinkos dalių apskaičiavimas pagal VSBIR

- (155) Remiantis VSBIR 3 straipsniu, tiekėjo ir pirkėjo rinkos dalis yra pagrindiniai rodikliai sprendžiant, ar taikoma bendroji išimtis. Kad būtų galima taikyti VSBIR, tiekėjo rinkos dalis rinkoje, kurioje jis parduoda pardavėjui sutarties prekes ar paslaugas, ir pirkėjo rinkos dalis rinkoje, kurioje jis perka sutarties prekes ar paslaugas, turi neviršyti 30 %. MVĮ susitarimų atveju paprastai nebūtina apskaičiuoti rinkos dalių (žr. šių gairių 26 punktą).
- (156) Platinimo lygmeniu vertikalieji apribojimai paprastai susiję ne tik su tiekėjo ir pirkėjo vykdomu produktų pardavimu, bet ir su jų perpardavimu. Kadangi paprastai konkuruoja skirtingi platinimo būdai, rinkos apskritai nėra apibrėžiamos pagal taikomą platinimo būdą, t. y. išimtinį, pasirinktinį ar laisvą platinimą. Jei tiekėjai

⁶⁷ OL C 372, 1997 12 9, p. 5–13.

paprastai parduoda produktų portfelį, visas portfelis gali lemti produkto rinkos apibrėžimą, kai pirkėjas pakaitiniu laiko visą portfelį, o ne atskirus portfelį sudarančius produktus.

- (157) Kai vertikalųjį susitarimą yra sudariusios trys šalys, kurių kiekviena veikia skirtingu prekybos lygmeniu, kiekvienos iš jų rinkos dalis neturi viršyti 30 %, kad būtų galima taikyti VSBIR. Kaip nurodyta VSBIR 3 straipsnio 2 dalyje, jei pagal daugiašalį susitarimą įmonė perka sutarties prekes ar paslaugas iš vienos įmonės, kuri yra susitarimo šalis, ir parduoda tas sutarties prekes ar paslaugas kitai įmonei, kuri taip pat yra susitarimo šalis, VSBIR taikomas tik tuo atveju, jei jos rinkos dalis, ir kaip pirkėjo, ir kaip tiekėjo, neviršija 30 %. Jeigu, pavyzdžiui, gamintojo, didmenininko (arba mažmenininkų asociacijos) ir mažmenininko susitarime numatytas įsipareigojimas nekonkuruoti, gamintojo ir didmenininko (arba mažmenininkų asociacijos) atitinkamų tiekimo rinkų dalys turi neviršyti 30 %, o didmenininko (arba mažmenininkų asociacijos) ir mažmenininko rinkos dalys turi neviršyti 30 % atitinkamos pirkimo rinkos, kad būtų galima taikyti VSBIR.
- (158) Jeigu vertikalajame susitarime esama nuostatų ne tik dėl sutarties prekių tiekimo ar paslaugų teikimo, bet ir dėl INT (pavyzdžiui, nuostata dėl tiekėjo prekių ženklo naudojimo), kurios padeda pirkėjui parduoti sutarties prekes ar paslaugas, tiekėjo rinkos dalis rinkoje, kurioje jis parduoda sutarties prekes ar paslaugas, yra svarbi taikant VSBIR. Kai franšizės teisių suteikėjas netiekia prekių ar neteikia paslaugų, kad šios prekės ar paslaugos būtų perparduotos, bet teikia prekių ir paslaugų paketą drauge su INT nuostatomis, o tai kartu sudaro verslo būdą, dėl kurio sudaroma franšizės sutartis, franšizės teisių suteikėjui reikia atsižvelgti į savo, kaip verslo būdo, kuriuo tam tikros prekės ar paslaugos teikiamos galutiniams naudotojams, suteikėjo, rinkos dalį. Šiuo tikslu franšizės teisių suteikėjui reikia apskaičiuoti savo rinkos dalį rinkoje, kurioje franšizės gavėjai taiko šį verslo būdą tiekdami prekes ar teikdami paslaugas galutiniams naudotojams. Todėl franšizės teisių suteikėjas turi pagrįsti savo rinkos dalį franšizės gavėjų tiekiamų prekių arba teikiamų paslaugų verte toje rinkoje. Tokioje rinkoje franšizės teisių suteikėjo konkurentai gali būti ne tik kitų franšize perduodamų verslo būdų tiekėjai, bet ir pakaitinių prekių ar paslaugų, kurioms franšizė netaikoma, tiekėjai. Pavyzdžiui, nedarant poveikio tokios rinkos apibrėžimui, jei tai būtų greitojo maisto paslaugų rinka, tokioje rinkoje veikiančiam franšizės teisių suteikėjui savo rinkos dalį reikėtų apskaičiuoti remiantis atitinkamais savo franšizės gavėjų duomenimis apie pardavimą toje rinkoje.

5.3. Rinkos dalių apskaičiavimas pagal VSBIR

- (159) Kaip nustatyta VSBIR 7 straipsnio a punkte, tiekėjo ir pirkėjo rinkos dalys iš esmės turėtų būti apskaičiuojamos remiantis vertės duomenimis. Jei duomenų apie vertę nėra, pagrįstus skaičiavimus galima atlikti remiantis kita patikima rinkos informacija, pavyzdžiui, apimties duomenimis.
- (160) Tarpinių prekių ar paslaugų tiekimas tiekėjo nuosavoms reikmėms gali būti svarbus konkurencijos analizei konkrečiu atveju, tačiau į jį nebus atsižvelgiama apibrėžiant rinką ar apskaičiuojant rinkos dalis pagal VSBIR. Priešingai, pagal VSBIR 7 straipsnio c punktą, kai galutinės prekės platinamos dvejopai (t. y. kai galutinių prekių tiekėjas veikia ir kaip tų prekių platintojas rinkoje), apibrėžiant rinką ir apskaičiuojant rinkos dalį turėtų būti atsižvelgiama į tiekėjo nuosavų prekių

pardavimą per vertikaliai integruotus platintojus ir atstovus. Integruoti platintojai yra susijusios įmonės, kaip apibrėžta VSBIR 1 straipsnio 2 dalyje⁶⁸.

6. VSBIR TAIKYMAS

6.1. Pagrindiniai apribojimai pagal VSBIR

- (161) VSBIR 4 straipsnyje pateiktas pagrindinių apribojimų, kurie laikomi reikšmingais konkurencijos apribojimais ir kurie dėl jų daromos žalos vartotojams dažniausiai turėtų būti draudžiami, sąrašas. Vertikalieji susitarimai, į kuriuos įtrauktas vienas ar keli pagrindiniai apribojimai, į VSBIR taikymo sritį apskritai nepatenka.
- (162) VSBIR 4 straipsnyje nurodyti pagrindiniai apribojimai yra taikomi vertikaliesiems susitarimams, susijusiems su prekyba *Sąjungoje*. Todėl jeigu vertikalieji susitarimai susiję su eksportu už Sąjungos ribų ar importu ir (arba) reimportu iš už Sąjungos ribų, iš ESTT praktikos galima daryti išvadą, kad tokie susitarimai negali būti laikomi susitarimais, kuriais siekiama reikšmingai apriboti konkurenciją Sąjungoje arba kurie gali daryti poveikį valstybių narių tarpusavio prekybai⁶⁹.
- (163) Pagrindiniai apribojimai pagal VSBIR 4 straipsnį paprastai yra konkurencijos apribojimai dėl tikslo, kaip apibrėžta 101 straipsnio 1 dalyje⁷⁰. Konkurencijos ribojimai dėl tikslo, kaip apibrėžta 101 straipsnio 1 dalyje, yra susitarimai, kurie dėl savo pobūdžio gali riboti konkurenciją⁷¹. Šiuo klausimu iš Teisingumo Teismo praktikos akivaizdu, jog tam tikrų rūšių įmonių veiksmų derinimas yra pakankamai žalingas konkurencijai, todėl gali būti nuspręsta, kad jų poveikio tirti nėra būtina⁷². Norint nustatyti, kad apribojimas yra dėl tikslo, reikia individualiai įvertinti atitinkamą vertikalųjį susitarimą. Priešingai, pagrindiniai apribojimai atitinka VSBIR nustatytą apribojimų kategoriją, kurios atveju preziumuojama, kad dėl jų paprastai daroma žala konkurencijai, todėl vertikaliam susitarimui, kuriame nustatytas toks pagrindinis apribojimas, negali būti taikoma bendroji išimtis pagal VSBIR 2 straipsnio 1 dalį.
- (164) Tačiau pagrindiniai apribojimai nebūtinai patenka į 101 straipsnio 1 dalies taikymo sritį. Jeigu VSBIR nustatytas pagrindinis apribojimas yra objektyviai būtinas tam tikros rūšies ar pobūdžio vertikaliam susitarimui, pavyzdžiui, siekiant užtikrinti, kad būtų laikomasi viešo draudimo parduoti pavojingas medžiagas tam tikriems klientams dėl saugos ar sveikatos priežasčių, tokiam susitarimui išimties tvarka 101 straipsnio 1 dalis netaikoma. Atsižvelgdama į tai, kas išdėstyta pirmiau, ypač į tai, kad pagrindiniai apribojimai paprastai yra konkurencijos apribojimai dėl tikslo, Komisija, vertindama vertikalųjį susitarimą, taikys šiuos principus:
- (a) jeigu į vertikalųjį susitarimą įtrauktas pagrindinis apribojimas, kaip apibrėžta VSBIR 4 straipsnyje, tikėtina, kad šiam susitarimui bus taikoma 101 straipsnio 1 dalis;

⁶⁸ Siekiant nustatyti šį rinkos apibrėžimą ir apskaičiuoti rinkos dalį, nėra svarbu, ar integruotas platintojas papildomai parduoda konkurentų prekes ar paslaugas.

⁶⁹ Žr. Sprendimo *Javico / Yves Saint Laurent*, C-306/96, EU:T:1998:173, 20 punktą.

⁷⁰ Žr. Komisijos dokumentą „Gairės dėl konkurencijos apribojimų dėl tikslo, siekiant nustatyti, kuriems susitarimams gali būti taikomas *De minimis* pranešimas“ (SWD(2014) 198 *final*, p. 4).

⁷¹ Žr. Sprendimo *T-Mobile Netherlands*, C-8/08, EU:T:2009:343, 31 punktą.

⁷² Žr. Sprendimo *13 Groupement des Cartes Bancaires*, C-67, EU:T:2014:2204, 49 punktą.

- (b) susitarimas, į kurį įtrauktas pagrindinis apribojimas, kaip apibrėžta VSBIR 4 straipsnyje, greičiausiai neatitinka 101 straipsnio 3 dalies sąlygų⁷³.
- (165) Įmonė gali kiekvienu atskiru atveju įrodyti konkurenciją skatinantį poveikį pagal 101 straipsnio 3 dalį⁷⁴. Šiuo tikslu įmonė, įrodinėdama, kad įvykdytos visos 101 straipsnio 3 dalies sąlygos, turi pagrįsti, kad tikėtinas veiksmingumo padidėjimas ir kad jis gali būti pasiektas įtraukus pagrindinį apribojimą į susitarimą. Tokiu atveju Komisija įvertins neigiamą poveikį konkurencijai, kuris gali atsirasti įtraukus pagrindinį apribojimą į susitarimą, ir tik tada galutinai įvertins, ar tenkinamos 101 straipsnio 3 dalies sąlygos⁷⁵.
- (166) Tolesniuose trijuose šių gairių punktuose pateiktais pavyzdžiais siekiama parodyti, kokiomis išskirtinėmis aplinkybėmis pagrindinis apribojimas gali nepatekti į 101 straipsnio 1 dalies taikymo sritį.
- (167) Tikro patekimo į rinką pavyzdys

Platintojui, kuris pirmas pradeda prekiauti naujo prekių ženklo prekėmis arba esamo prekių ženklo prekėmis naujoje rinkoje ir taip užsitikrina tikrą patekimą į rinką, gali tekti daug investuoti, jeigu anksčiau tokios rūšies produktas arba konkretaus gamintojo gaminamas tokios rūšies produktas apskritai nebuvo paklausus. Tokiomis aplinkybėmis, atsižvelgiant į tai, kad tokios sąnaudos dažnai gali būti negrįžtamosios, platintojas gali nesudaryti platinimo susitarimo, jei jis nebus tam tikrą laiką apsaugotas nuo aktyvaus ir pasyvaus kitų platintojų pardavimo jo teritorijoje arba jo klientų grupei.

Pavyzdžiui, tokios aplinkybės gali susidaryti, kai gamintojas, įsisteigęs tam tikroje nacionalinėje rinkoje, patenka į kitą nacionalinę rinką ir pristato savo produktus rinkai per išimtinį platintoją, kuris turi investuoti, kad galėtų pateikti ir įtvirtinti tą prekių ženklą šioje naujoje rinkoje. Jeigu platintojui reikia daug investuoti, kad sukurtų ir (arba) plėtotų naują rinką, kitų platintojų pasyvaus pardavimo tokioje teritorijoje ar tokiai klientų grupei apribojimams, kurių reikia, kad platintojas galėtų atgauti šias investicijas, 101 straipsnio 1 dalis paprastai netaikoma pirmuosius dvejus metus, per kuriuos šis platintojas parduoda sutarties prekes ar paslaugas toje teritorijoje ar tai klientų grupei, nors paprastai būtų laikoma, kad tokie apribojimai yra pagrindiniai apribojimai ir patenka į 101 straipsnio 1 dalies taikymo sritį.

- (168) Kryžminio tiekimo tarp įgaliotųjų platintojų pavyzdys

Pasirinktinio platinimo sistemos atveju kryžminis tiekimas tarp įgaliotųjų platintojų paprastai turi būti neribojamas (žr. šių gairių 187 punktą). Tačiau, jei skirtingose

⁷³ Žr. Sprendimo *Pierre Fabre*, C-439/09, EU:T:2011:649, 57 punktą.

⁷⁴ Visų pirma žr. šių gairių 14 punkto a–i papunkčius, kuriuose bendrai apibūdintas galimas veiksmingumas, susijęs su vertikaliaisiais apribojimais, ir šių gairių 6.1.1. skirsnį dėl perpardavimo kainų apribojimų. Bendra informacija šiuo klausimu pateikta Komisijos komunikate – pranešime „Sutarties 81 straipsnio 3 dalies taikymo gairės“ (OL C 101, 2004 4 27, p. 97).

⁷⁵ Toks vertinimas nedaro poveikio aplinkybei, kad konkretus apribojimas vis dėlto gali būti automatiškai pripažintas negaliojančiu, jei juo pažeidžiami Geografinio blokavimo reglamente nustatyti draudimai dėl pasyvaus pardavimo; žr. 2018 m. vasario 28 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamento (ES) 2018/302 dėl nepagrįsto geografinio blokavimo ir kitų formų diskriminavimo dėl klientų pilietybės, gyvenamosios vietos arba įsisteigimo vietos vidaus rinkoje problemos sprendimo, kuriuo iš dalies keičiami reglamentai (EB) Nr. 2006/2004 ir (ES) 2017/2394 ir Direktyva 2009/22/EB, 6 straipsnio 2 dalį.

teritorijose esantys įgaliotieji didmeniniai prekyautojai privalo investuoti į pardavimo skatinimo veiklą teritorijoje, kurioje jie platina atitinkamas prekes ar paslaugas, kad paskatintų įgaliotųjų platintojų vykdomą pardavimą, o reikalingų pardavimo skatinimo veiksmų nustatymas susitarimu yra nepraktiškas, šių didmeninių prekyautojų aktyvaus pardavimo įgaliotiesiems platintojams kitų didmeninių prekyautojų teritorijose apribojimai, nustatyti siekiant išvengti galimo pasinaudojimo kito paslaugomis, atskiru atveju gali atitikti 101 straipsnio 3 dalies sąlygas.

(169) Realaus išbandymo pavyzdys

Jeigu naujas produktas realiai išbandomas tam tikroje teritorijoje ar tam tikroje klientų grupėje arba jei naujas produktas pristatomas rinkai laipsniškai, produkto bandymo ar pristatymo rinkai laikotarpiu gali būti ribojamos platintojų, paskirtų parduoti naująjį produktą bandomojoje rinkoje ar dalyvauti pirmajame ir (arba) pirmuosiuose laipsniško pristatymo rinkai etapuose, galimybės vykdyti aktyvų pardavimą už tos bandomosios rinkos ar rinkos ir (arba) rinkų, kuriai (-ioms) tas produktas pirmiausia pristatomas, ribų netaikant 101 straipsnio 1 dalies.

6.1.1. *Perpardavimo kainų palaikymas*

- (170) Pagrindinis apribojimas, nurodytas VSBIR 4 straipsnio a punkte, susijęs su perpardavimo kainų palaikymu (toliau – PKP), t. y. susitarimais arba suderintais veiksmais, kuriais tiesiogiai arba netiesiogiai siekiama nustatyti fiksuotą ar minimalią perpardavimo kainą arba fiksuotą ar minimalų kainų lygį, kurio turi laikytis pirkėjas⁷⁶. Todėl vertikalusis susitarimas arba suderinti veiksmai, susiję su tam tikru intervalu, kurio ribose pirkėjas turi nustatyti kainą, neatitinka VSBIR 4 straipsnio a punkto.
- (171) PKP galima nustatyti tiesioginėmis priemonėmis. Tai pasakytina apie sutarčių nuostatas arba susijusią praktiką, pagal kurią mažmeninė kaina nustatoma tiesiogiai ir dėl to atsiranda aiškūs apribojimai⁷⁷. Tokie apribojimai apima sutartines nuostatas, leidžiančias tiekėjui nustatyti kainą, kurią pirkėjas turi taikyti savo klientui, arba draudžiančias pirkėjui parduoti žemesne nei tam tikra kaina. Apribojimas taip pat yra aiškus, kai tiekėjas prašo padidinti kainą, o pirkėjas tokį prašymą tenkina.
- (172) PKP taip pat galima pasiekti netiesioginėmis priemonėmis, įskaitant paskatas taikyti minimalią kainą arba atgrasymą nuo nukrypimo nuo minimalios kainos. Toliau pateikti pavyzdžiai yra nebaigtinis tokių netiesioginių priemonių sąrašas:
- platinimo maržos nustatymas;
 - didžiausios nuolaidos, kurią platintojas gali suteikti nuo nustatyto kainų lygio, nustatymas;
 - tiekėjas taiko lengvatas arba kompensuoja tiekėjo pardavimo skatinimo išlaidas, jei laikomasi tam tikro kainų lygio;

⁷⁶ Dėl vertikaliųjų susitarimų ir suderintų veiksmų atskyrimo žr. šių gairių 48–51 punktus. Tačiau šis skirtumas iki šiol nebuvo svarbus vykdymo užtikrinimo praktikoje, nes, norint nustatyti 101 straipsnio pažeidimą, nebūtina jų atskirti. Be to, reikėtų pažymėti, kad PKP gali būti siejamas su kitais apribojimais, įskaitant horizontalųjį slaptą susitarimą, pasireiškiantį centralizuoto platinimo (angl. *hub-and-spoke*) principu grindžiamais susitarimais, kurie aptariami Horizontaliųjų gairių 55 punkte.

⁷⁷ Žr., pavyzdžiui, Komisijos sprendimo AT.40182 *Guess* 84, 86 ir 137 punktus.

- nustatyta perpardavimo kaina susiejama su konkurentų perpardavimo kainomis ir
 - grasinimai, gąsdinimai, įspėjimai, nuobaudos, pristatymo atidėjimas ar sustabdymas arba sutarties nutraukimas, jei nesilaikoma tam tikro kainų lygio.
- (173) Tačiau, kaip nustatyta VSBIR 4 straipsnio a punkte, maksimalios mažmeninės kainos nustatymas arba tiekėjo rekomenduojamos perpardavimo kainos nustatymas pats savaime nereiškia PKP. Tačiau, jei tiekėjas tokią maksimalią kainą arba perpardavimo kainos rekomendaciją derina su paskatomis taikyti tam tikrą kainų lygį arba su atgrasymo nuo pardavimo kainos mažinimo priemonėmis, tai gali būti laikoma PKP. Paskatos taikyti tam tikrą kainų lygį pavyzdys būtų pardavimo skatinimo išlaidų kompensavimas, jei laikomasi maksimalios perpardavimo kainos arba rekomenduojamos perpardavimo kainos. Atgrasymo mažinti pardavimo kainą pavyzdys būtų tiekėjo įsikišimas, jei pirkėjas nukrypsta nuo maksimalios arba rekomenduojamos perpardavimo kainos, pavyzdžiui, grasinimas nutraukti tolesnį tiekimą.
- (174) Analogiškai minimalių skelbiamų kainų (toliau – MSK) politika, draudžianti mažmenininkams skelbti kainas, mažesnes už tam tikrą tiekėjo nustatytą dydį, taip pat gali būti laikoma PKP, pavyzdžiui, tais atvejais, kai tiekėjas taiko sankcijas mažmenininkams už tai, kad jie galiausiai parduoda mažesnėmis nei atitinkamos MSK kainomis, reikalauja, kad jie nesiūlytų nuolaidų, arba neleidžia jiems pranešti, kad galutinė kaina gali skirtis nuo atitinkamos MSK.
- (175) Tiesioginės arba netiesioginės priemonės, kuriomis siekiama nustatyti kainas, gali būti dar veiksmingesnės, kai jos derinamos su priemonėmis, skirtomis platintojams, kurie nesilaiko nurodytų kainų, nustatyti, kaip antai kainų stebėsenos sistema arba mažmenininkų įsipareigojimas pranešti kitiems platinimo tinklo nariams, kas nukrypo nuo standartinio kainų lygio. Tačiau vien šių priemonių nepakanka, kad būtų galima konstatuoti PKP, nes tiekėjai jas gali naudoti tiekimo ar platinimo grandinės veiksmingumui didinti arba kitais tikslais, nesusijusiais su tiesioginėmis ar netiesioginėmis priemonėmis PKP pasiekti.
- (176) Kainų stebėseną vis dažniau naudojama e. prekybos srityje, kai ir gamintojai, ir mažmenininkai dažnai naudoja specialią kainų stebėsenos programinę įrangą⁷⁸. Tokia kainų stebėseną savaime nėra PKP. Tačiau ji didina kainų skaidrumą rinkoje, todėl gamintojai gali veiksmingai stebėti perpardavimo kainas savo platinimo tinkle ir, sumažėjus kainoms, greitai įsikišti. Ji taip pat leidžia mažmenininkams veiksmingai stebėti savo konkurentų kainas ir pranešti gamintojui apie kainų sumažėjimą bei prašyti įsikišti, kad kainos nemažėtų⁷⁹.
- (177) Atstovavimo susitarimų atveju pardavimo kainą paprastai nustato atstovaujamas, nes jis prisiima komercinę ir finansinę riziką, susijusią su pardavimu. Tačiau, kai taikant 101 straipsnio 1 dalį toks susitarimas negali būti laikomas atstovavimo susitarimu (visų pirma žr. šių gairių 40–43 punktus), įsipareigojimas, kuriuo atstovui draudžiama arba ribojama jo galimybė pasidalyti komisiniais su klientu, nesvarbu, ar komisiniai yra fiksuotieji ar kintamieji, yra pagrindinis apribojimas pagal VSBIR 4

⁷⁸ Žr. Komisijos tarnybų darbinio dokumento, pridėdama prie 2017 m. gegužės 10 d. E. prekybos sektoriaus tyrimo galutinės ataskaitos (SWD(2017) 154 *final*), 602–603 punktus.

⁷⁹ Žr. Komisijos sprendimų byloje AT.40182 *Pioneer*, 136 ir 155 punktus; byloje AT.40182 *Denon & Marantz*, 95 punktą; byloje AT.40181 *Philips*, 64 punktą. Žr. Komisijos sprendimų byloje AT.40182 *Pioneer*, 136 punktą; byloje AT.40465 *Asus*, 27 punktą.

straipsnio a punktą. Siekiant išvengti tokio pagrindinio apribojimo taikymo, atstovui turi būti leidžiama savo nuožiūra sumažinti kliento faktiškai mokamą kainą nesumažinant atstovaujamojo pajamų⁸⁰.

- (178) Perpardavimo kainos nustatymas vertikaliajame tiekėjo ir pirkėjo susitarime, kuriuo vykdomas išankstinis tiekėjo ir konkretaus galutinio naudotojo susitarimas (toliau – vykdymo sutartis), nėra PKP, jei galutinis naudotojas atsisakė savo teisės pasirinkti įmonę, kuri turėtų vykdyti susitarimą. Tokiu atveju perpardavimo kainos nustatymas nelaikomas ribojimu pagal 101 straipsnio 1 dalį, nes perpardavimo kaina nebėra konkurencijos objektas atitinkamo galutinio naudotojo atžvilgiu. Tačiau tai taikoma tik tuo atveju, jei vykdymo sutartis nėra atstovavimo sutartis, kuriai netaikoma 101 straipsnio 1 dalis, kaip aprašyta visų pirma šių gairių 40–43 punktuose, pavyzdžiui, dėl to, kad pirkėjas įgyja nuosavybės teisę į perparduoti skirtas sutarties prekes arba dėl to, kad jis prisiima didesnę nei nereikšmingą riziką, susijusią su sutarties vykdymu. Priešingai, jei galutinis naudotojas neatsisakė teisės pasirinkti įmonę, kuri turėtų vykdyti sutartį, tiekėjas negali nustatyti perpardavimo kainos, nepažeisdamas VSBIR 4 straipsnio a punkto. Tačiau jis gali nustatyti maksimalią perpardavimo kainą, siekdamas sudaryti sąlygas kainų konkurencijai vykdant susitarimą.
- (179) VSBIR 4 straipsnio a punktas visapusiškai taikomas interneto platformų ekonomikai. Visų pirma, jei įmonė teikia internetines tarpininkavimo paslaugas pagal VSBIR 1 straipsnio 1 dalies d punktą, ji yra tiekėjas, todėl turi laikytis VSBIR 4 straipsnio a punkto, kad išvengtų pagrindinių apribojimų, susijusių su tarpininkavimo prekėmis ar paslaugomis. Nors tai netrukdo internetinių tarpininkavimo paslaugų teikėjui skatinti internetinių tarpininkavimo paslaugų naudotojus parduoti savo prekes ar paslaugas konkurencingai arba mažinti jų kainas, pagal VSBIR 4 straipsnio a punktą internetinių tarpininkavimo paslaugų teikėjui draudžiama nustatyti fiksuotą arba minimalią pardavimo kainą sandoriui, kuriam jis sudaro sąlygas.
- (180) ESTT ne kartą yra nusprendęs, kad susitarimu, kuriuo nustatomos minimalios arba fiksuotos mažmeninės kainos ir kuriuo pirkėjui neleidžiama savarankiškai nustatyti savo perpardavimo kainų, ribojama konkurencija dėl tikslo, kaip apibrėžta 101 straipsnio 1 dalyje⁸¹. Tačiau, kaip minėta šių gairių 163–165 punktuose, apribojimo priskyrimas pagrindiniams apribojimams ir apribojimams dėl tikslo nereikia, kad susitarimai, kurie priylgsta PKP, savaime yra 101 straipsnio pažeidimai. Jei įmonės mano, kad PKP konkrečiu atveju didina veiksmingumą, jos gali pateikti veiksmingumo pagrindimą pagal 101 straipsnio 3 dalį.
- (181) PKP paprastai laikomas pagrindiniu konkurencijos apribojimu, nes gali įvairiais būdais riboti to paties prekių ženklo ir (arba) skirtingų prekių ženklų platintojų konkurenciją:
- (a) Tiesioginis PKP poveikis – panaikinama to paties prekių ženklo produktų kainų konkurencija, neleidžiant visiems arba tam tikriems platintojams mažinti atitinkamo prekių ženklo pardavimo kainos, todėl padidėja to prekių ženklo prekių kaina.
 - (b) PKP gali būti sudaromos palankesnės sąlygos tiekėjų slaptiems susitarimams, visų pirma rinkose, kurioms būdingi slapti susitarimai, pavyzdžiui, kai tiekėjai

⁸⁰ Žr., pavyzdžiui, Komisijos sprendimą byloje IV/32.737 *Eirpage*, visų pirma jo 6 punktą.

⁸¹ Sprendimai *Binon / AMP*, 243/83, EU:C:1985:284, 44 punktas; *VVR / Sociale Dienst van de Plaatselijke en Gewestelijke Overheidsdiensten*, C-311/85, EU:C:1987:418, 17 punktas; *SPRL Louis Erauw-Jacquery / La Hesbignonne SC*, C-27/87, EU:C:1988:183, 15 punktas.

sudaro glaudžią oligopoliją ir reikšmingai rinkos daliai taikomi PKP susitarimai. Taip gali būti ir tuo atveju, kai tiekėjai savo prekes ar paslaugas platina per tuos pačius platintojus, todėl jie gali pasinaudoti pastaraisiais kaip priemone slapta sutartai pusiausvyrai įgyvendinti. Dėl PKP paprastai lengviau nustatyti, ar tiekėjas nukrypsta nuo slapta sutartos pusiausvyros sumažindamas savo kainą. Tai reiškia, kad jei tiekėjas nuspręstų nevykdyti PKP politikos, kad padidintų savo mažmeninę prekybą, PKP leistų kitiems tiekėjams lengviau nustatyti dėl to sumažėjusias mažmenines kainas ir atitinkamai reaguoti.

- (c) PKP gali sudaryti palankesnes sąlygas pirkėjų slaptiems susitarimams platinimo lygmeniu. Atrodo, kad dėl to prarandama kainų konkurencija kelia ypač daug problemų, kai PKP yra grindžiamas pirkėjų poreikiais. Stiprūs ar gerai organizuoti pirkėjai gali turėti galimybių versti vieną ar kelis tiekėjus ar įtikinti juos nustatyti fiksuotą konkurencinį lygį viršijančią perpardavimo kainą ir taip padėti jiems pasiekti ar stabilizuoti slapta sutartą pusiausvyrą. PKP yra mažmenininkų įsipareigojimo priemonė nenukrypti nuo slapta sutartos pusiausvyros mažinant kainas.
 - (d) Dėl PKP gali būti sumažintas spaudimas tiekėjo pelnui, visų pirma, kai gamintojas turi įsipareigojimų problemą, t. y. kai jis suinteresuotas sumažinti kainą, kurią nustato tolesniems platintojams. Tokiomis aplinkybėmis gamintojas gali būti labiau linkęs sutikti su PKP, kad jam būtų lengviau įsipareigoti nemažinti kainų tolesniems platintojams ir kad būtų sumažintas poveikis jo pelnui.
 - (e) Vengiant kainų konkurencijos tarp platintojų, PKP gali užkirsti kelią veiksmingesnių ar naujų platinimo formų pateikimui į rinką ir plėtrai, taip mažindamas inovacijas platinimo lygmeniu.
 - (f) PKP gali įgyvendinti įtaką rinkoje turintis tiekėjas, kad galėtų riboti mažesnių konkurentų galimybes. Dėl PKP sudaromų didesnio pelno galimybių platintojai gali būti suinteresuoti konsultuojant klientus pirmenybę teikti tam tikram tiekėjo prekių ženklui, o ne konkuruojantiems prekių ženkams, net tuo atveju, kai tai nėra naudinga klientui, arba apskritai neparduoti konkuruojančių prekių ženklų produktų.
- (182) Tačiau PKP taip pat gali padėti didinti veiksmingumą, ypač jei jis yra pagrįstas tiekėjų poreikiais. Jei įmonės remiasi 101 straipsnio 3 dalimi teigdamas, kad PKP gali padidinti veiksmingumą, jos turi pateikti konkrečių įrodymų, pagrindžiančių šį teiginį, ir įrodyti, kad 101 straipsnio 3 dalies sąlygos konkrečiu atveju iš tikrųjų yra įvykdytos. Toliau pateikiami trys tokio veiksmingumo pagrindimo pavyzdžiai.
- (a) Kai gamintojas pristato naują produktą, PKP gali būti veiksminga priemonė paskatinti platintojus labiau atsižvelgti į gamintojo suinteresuotumą reklamuoti šį produktą, ypač jei tai yra visiškai naujas produktas, ir padidinti pardavimo pastangas. Jei platintojai atitinkamoje rinkoje patiria konkurencinį spaudimą, šis spaudimas gali paskatinti juos padidinti bendrą produkto paklausą ir užtikrinti, kad produkto pateikimas rinkai būtų sėkmingas, taip pat ir vartotojų naudai. 101 straipsnio 3 dalyje nustatyta, kad tai leidžiama, kai nėra mažiau ribojančių priemonių. Kad atitiktų šį reikalavimą, tiekėjai gali, pavyzdžiui, įrodyti, kad praktiškai neįmanoma visiems pirkėjams sutartimi nustatyti veiksmingų pardavimo skatinimo reikalavimų. Tokiomis aplinkybėmis fiksuotą arba minimalių mažmeninių kainų nustatymas ribotam laikotarpiui,

siekiant palengvinti naujo produkto pateikimą rinkai, gali būti laikomas iš esmės skatinančiu konkurenciją.

- (b) Fiksuotos perpardavimo kainos, o ne tik maksimalios perpardavimo kainos, gali būti būtinos organizuojant koordinuotą trumpalaikę (dažniausiai nuo dviejų iki šešių savaičių) mažų kainų kampaniją; tai būtų naudinga ir vartotojams. Visų pirma, tokią kampaniją gali tekti organizuoti platinimo sistemoje, kurioje tiekėjas taiko vienodą platinimo būdą, pavyzdžiui, franšizės sistemą. Atsižvelgiant į laikiną pobūdį, fiksuotų mažmeninių kainų nustatymas iš esmės gali būti laikomas skatinančiu konkurenciją.
 - (c) Tam tikrais atvejais papildomu dėl PKP gautu pelnu mažmenininkams gali būti suteikiama galimybė teikti (papildomas) paslaugas iki pardavimo, visų pirma susijusias su patirties ar sudėtingais produktais. Jei pakankamai klientų rinkdamiesi produktą pasinaudoja tokiomis paslaugomis, tačiau vėliau perka mažesnę kainą iš mažmenininkų, kurie tokių paslaugų neteikia (todėl nepatiria tokių išlaidų), aukšto lygio aptarnavimo paslaugas teikiantys mažmenininkai gali pradėti teikti mažiau paslaugų tiekėjo produkto paklausai didinti arba jų visai nebeteikti. PKP galima užkirsti kelią tokiam pasinaudojimui kito paslaugomis platinimo lygmeniu. Tiekėjas turės įtikinamai įrodyti, kad susitarimas dėl PKP yra būtinas, kad būtų išvengta mažmenininkų pasinaudojimo šiomis paslaugomis. Šiuo atveju tikimybė, kad PKP bus pripažintas konkurenciją skatinančiu veiksniu, yra didesnė, kai konkurencija tarp tiekėjų yra didelė, o tiekėjas turi ribotą įtaką rinkoje.
- (183) Pagal VSBIR nustatytą apsaugos taisyklę perpardavimo kaina turėtų būti rekomenduojama perpardavėjui arba turėtų būti reikalaujama, kad perpardavėjas laikytųsi maksimalios perpardavimo kainos, kai kiekvienos susitarimo šalies rinkos dalis neviršija 30 % ribos, su sąlyga, kad tokia kaina nėra minimali arba fiksuota pardavimo kaina, nustatyta kuriai nors šaliai darant spaudimą ar siūlant paskatas, kaip nurodyta šių gairių 172–173 punktuose. Likusioje šio skirsnio dalyje pateikiama informacija, kaip vertinti rekomenduojamas arba maksimalias kainas, kai rinkos dalis viršija nustatytą ribą.
- (184) Rekomenduojamos ir maksimalios kainos gali kelti riziką konkurencijai, nes jos taps orientyru perpardavėjams ir jų gali laikytis dauguma arba visi perpardavėjai. Be to, rekomenduojamomis ir maksimaliomis kainomis gali būti mažinama konkurencija arba sudaromos palankesnės sąlygos slaptiems tiekėjų susitarimams.
- (185) Svarbus rekomenduojamos arba maksimalios kainos galimo antikonkurencinio poveikio vertinimo kriterijus yra tiekėjo padėtis rinkoje. Kuo stipresnė tiekėjo padėtis rinkoje, tuo didesnė rizika, kad rekomenduojama arba maksimali perpardavimo kaina leis perpardavėjams taikyti daugiau ar mažiau vienodas kainas, nes jie panaudos ją kaip orientyrą. Jiems gali būti sunku nukrypti nuo, jų manymu, tokio svarbaus tiekėjo rinkoje siūlomos perpardavimo kainos.
- (186) Kai yra nustatomas rekomenduojamų arba maksimalių kainų reikšmingas antikonkurencinis poveikis, kyla galimos išimties pagal 101 straipsnio 3 dalį klausimas. Maksimalioms perpardavimo kainoms gali būti labai svarbus dvigubos maržos vengimas. Maksimali perpardavimo kaina taip pat gali padėti užtikrinti, kad atitinkamo prekių ženklo platintojai labiau konkuruotų su kitų prekių ženklų platintojais, įskaitant tų pačių platintojų platinamus nuosavo prekių ženklo produktus.

6.1.2. Pagrindiniai apribojimai pagal VSBIR 4 straipsnio b–d punktus

6.1.2.1. Bendrieji principai pagal VSBIR 4 straipsnio b–d punktus

- (187) VSBIR 4 straipsnio b–d punktuose pateiktas pagrindinių apribojimų ir išimčių, taikomų priklausomai nuo tiekėjo naudojamos platinimo sistemos – išimtinio platinimo, pasirinktinio platinimo ar laisvo platinimo – sąrašas. VSBIR 4 straipsnio b punkte, 4 straipsnio c punkto i papunktyje ir d punkte nustatyti pagrindiniai apribojimai yra susiję su susitarimais ar suderintais veiksmais, kuriais tiesiogiai ar netiesiogiai, atskirai ar kartu su kitais šalių kontroliuojamais veiksniais, siekiama apriboti pirkėjo ar jo klientų pardavimą, jei šie apribojimai susiję su teritorija, kurioje pirkėjas ar jo klientai gali parduoti sutarties prekes ar paslaugas, arba klientų grupėmis, kurioms pirkėjas ar jo klientai gali parduoti sutarties prekes ar paslaugas. VSBIR 4 straipsnio c punkto ii ir iii papunkčiuose nustatyta, kad pasirinktinio platinimo sistemoje kryžminio tiekimo tarp pasirinktinio platinimo sistemos narių, veikiančių tuo pačiu arba skirtingais prekybos lygmenimis; ribojimas, taip pat mažmeninės prekybos lygmeniu veikiančių pasirinktinio platinimo sistemos narių aktyvaus arba pasyvaus pardavimo galutiniams naudotojams apribojimas yra laikomi pagrindiniais apribojimais.
- (188) VSBIR 4 straipsnio b–d punktai taikomi neatsižvelgiant į naudojamą pardavimo kanalą. Vertikaliaisiais susitarimais, kuriais tiesiogiai ar netiesiogiai, atskirai ar kartu su kitais veiksniais siekiama neleisti pirkėjams ar jų klientams veiksmingai naudotis internetu parduodant savo prekes ar paslaugas internetu, ribojamos teritorijos, kuriose pirkėjai ar jų klientai gali parduoti sutarties prekes ar paslaugas, arba klientų grupės, kurioms pirkėjai ar jų klientai gali parduoti sutarties prekes ar paslaugas, nes jais ribojamas pardavimas klientams, esantiems už pirkėjų ar jų klientų fizinės prekybos teritorijos ribų⁸². Pardavimo internetu uždraudimo, taip pat apribojimų, kuriais *de facto* uždraudžiamas arba apribojamas pardavimas internetu tiek, kad dėl jų pirkėjai ir jų klientai *de facto* negali veiksmingai naudotis internetu savo prekėms ar paslaugoms parduoti internetu, tikslas – neleisti pirkėjams ar jų klientams veiksmingai naudotis internetu savo prekėms ar paslaugoms parduoti internetu. Todėl apribojimas, galintis labai sumažinti bendrą pardavimo internetu kiekį rinkoje, yra pagrindinis aktyvaus ar pasyvaus pardavimo apribojimas, kaip apibrėžta VSBIR 4 straipsnio b–d punktuose. Vertinimas, ar apribojimas yra pagrindinis, negali priklausyti nuo konkrečios rinkos aplinkybių arba individualių vieno ar kelių klientų aplinkybių. Apribojimų, neleidžiančių pirkėjams ar jų klientams veiksmingai naudotis vienu ar keliais internetinės reklamos kanalais⁸³, tikslas – neleisti pirkėjams ar jų klientams veiksmingai naudotis internetu parduodant savo prekes ar paslaugas internetu ir taip apriboti pardavimą pirkėjams, norintiems pirkti internetu ir esantiems už pirkėjų ar jų klientų fizinės prekybos teritorijos ribų, nes jie apriboja pirkėjų ar jų klientų galimybes nukreipti pirkėjus ar jų klientus, informuoti juos apie savo pasiūlymus ir pritraukti juos į savo internetinę parduotuvę ar kitus kanalus.
- (189) Šie pagrindiniai apribojimai gali būti tiesioginių įsipareigojimų rezultatas, pavyzdžiui, įsipareigojimo neparduoti tam tikriems klientams arba klientams tam tikrose teritorijose, arba įsipareigojimas perduoti šių klientų užsakymus kitiems

⁸² Taip pat žr. Sprendimo *Pierre Fabre Dermo-Cosmetique SAS/ Président de l'Autorité de la concurrence*, C-439/09, EU:C:2011:649, 54 punktą.

⁸³ Žr. Komisijos sprendimo byloje AT.40182 *Guess*, 118–126 punktus.

platintojams. Jie taip pat gali atsirasti dėl netiesioginių priemonių, kuriomis siekiama paskatinti platintoją neparduoti tokiems klientams, pavyzdžiui:

- (a) reikalavimo prašyti išankstinio tiekėjo sutikimo⁸⁴;
 - (b) premijų ar nuolaidų netaikymo arba jų sumažinimo⁸⁵ ir tiekėjo kompensacinių išmokų, jei platintojas nutraukia pardavimą tokiems klientams;
 - (c) tiekimo nutraukimo;
 - (d) tiekiamų kiekių ribojimo arba sumažinimo, pavyzdžiui, pagal priskirtos teritorijos arba priskirtos klientų grupės paklausą;
 - (e) grasinimo nutraukti sutartį⁸⁶ arba jos nepratęsti;
 - (f) audito grėsmės ar jo atlikimo siekiant patikrinti, ar laikomasi reikalavimo neparduoti tam tikroms klientų grupėms arba klientams tam tikrose teritorijose;
 - (g) reikalavimo didesnės kainos už produktus, kurie parduodami tam tikroms klientų grupėms arba klientams tam tikrose teritorijose;
 - (h) pardavimo tam tikroms klientų grupėms arba tam tikrose teritorijose esantiems klientams dalies apribojimo;
 - (i) kalbų, kurios turi būti vartojamos ant pakuočių arba reklamuojant produktus, ribojimo;
 - (j) kito produkto tiekimo mainais už tokio pardavimo sustabdymą;
 - (k) mokėjimų už tokio pardavimo nutraukimą;
 - (l) įsipareigojimo perduoti tiekėjui pelną, gautą iš tokio pardavimo.
- (190) Jie taip pat gali atsirasti dėl to, kad tiekėjas neteikia garantinių paslaugų visoje Sąjungoje, pagal kurią tiekėjas paprastai atlygina visiems platintojams už privalomosios garantijos paslaugų teikimą, net ir dėl produktų, kuriuos kiti platintojai parduoda jų teritorijoje⁸⁷.
- (191) Labiau tikėtina, kad šių gairių (187) ir (189) punktuose nurodyta praktika bus laikoma pirkėjo pardavimo apribojimu, kai tiekėjas ją naudoja kartu su stebėsenos sistema, kuria siekiama patikrinti tiekiamų prekių paskirties vietą, pavyzdžiui, naudojant diferencijuotas etiketes, specifines kalbų grupes arba serijos numerius.
- (192) Be šių gairių 187–190 punktuose nustatytų tiesioginių ir netiesioginių įsipareigojimų, pagrindiniai apribojimai, konkrečiai susiję su pardavimu internetu, taip pat gali būti susiję su tiesioginiais arba netiesioginiais įsipareigojimais. Be tiesioginio draudimo naudoti internetą kaip pardavimo kanalą, toliau pateikiami kiti tiesioginių ar netiesioginių įsipareigojimų, kuriais siekiama neleisti platintojams veiksmingai

⁸⁴ Žr., pavyzdžiui, Sprendimo *Parker Pen / Komisija*, T-77/92, EU:T:1994:85, 37 punktą.

⁸⁵ Žr., pavyzdžiui, Sprendimo *Peugeot Nederland / Komisija*, T-450/05, EU:T:2009:262, 47 punktą.

⁸⁶ Žr., pavyzdžiui, Sprendimo *Volkswagen / Komisija*, T-62/98, EU:T:2000:180, 44 punktą.

⁸⁷ Jei tiekėjas nusprendžia neatlyginti platintojams už paslaugas, suteiktas pagal visoje Sąjungoje galiojančią garantiją, su šiais platintojais gali būti sudaromas susitarimas, pagal kurį platintojas, kuris parduoda prekes ar paslaugas ne savo teritorijoje, turės sumokėti platintojui, kuriam ta teritorija paskirta, mokesį, pagrįstą teikiamų paslaugų sąnaudomis, įskaitant pagrįstą pelno maržą. Tokio pobūdžio schema negali būti laikoma platintojų pardavimo už savo teritorijos ribų ribojimu (žr. 2004 m. sausio 13 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *JCB Service / Komisija*, T-67/01, Rink. p. II-49, 136–145 punktus).

naudoti interneto prekėms ar paslaugoms parduoti internetu bet kur, tam tikrose teritorijose ar tam tikroms klientų grupėms, pavyzdžiai:

- (a) reikalavimas, kad platintojas, neatsižvelgiant į jo naudojamą platinimo sistemą, neleistų kitoje teritorijoje esantiems klientams peržiūrėti jo svetainės arba automatiškai nukreiptų savo klientus į gamintojo ar kitų platintojų svetaines. Tai nepanaikina platintojo pareigos savo svetainėje pateikti nuorodas į kitų platintojų ir (arba) tiekėjo svetaines⁸⁸;
 - (b) reikalavimas, kad platintojas, neatsižvelgiant į jo naudojamą platinimo sistemą, nutrauktų vartotojų elektroninius mokėjimus, kai pagal jų kredito kortelės duomenis nustatomas ne platintojo teritorijoje esantis adresas⁸⁹;
 - (c) reikalavimas, kad platintojas prekiautų tik fizinėje erdvėje arba fiziškai dalyvaujant specializuotam personalui⁹⁰;
 - (d) reikalavimas, kad platintojas gautų išankstinį tiekėjo leidimą prekiauti internetu;
 - (e) reikalavimas, kad platintojas savo svetainėje nenaudotų tiekėjo prekių ženklų ar jų pavadinimų;
 - (f) tiesioginis ar netiesioginis draudimas naudoti konkretų internetinės reklamos kanalą, pavyzdžiui, kainų palyginimo priemonės arba reklamą paieškos sistemose, arba kiti internetinės reklamos apribojimai, kuriais netiesiogiai draudžiama naudoti konkretų internetinės reklamos kanalą, pavyzdžiui, įpareigojimas platintojui nenaudoti tiekėjų prekių ženklų ar jų pavadinimų siūlant nuorodas paieškos sistemose arba apribojimas teikti su kainomis susijusią informaciją kainų palyginimo priemonėms. Nors draudimas naudotis viena konkrečia kainų palyginimo priemone ar paieškos sistema paprastai neužkirstų kelio veiksmingai naudoti internetą pardavimo internetu tikslais, nes kitos kainų palyginimo priemonės ar paieškos sistemos galėtų būti naudojamos siekiant didinti pirkėjo informuotumą apie pardavimo internetu veiklą, draudimas naudotis visomis plačiausiai naudojamomis reklamos paslaugomis atitinkamame internetinės reklamos kanale galėtų reikšti tokį draudimą, jei likusios kainų palyginimo priemonės ar paieškos sistemos *de facto* negali pritraukti klientų į pirkėjo internetinę parduotuvę.
- (193) Priešingai, pagal VSBIR tiekėjams leidžiama platintojams duoti tam tikrus nurodymus, kaip turi būti parduodami jų produktai. Tiekėjui leidžiama nustatyti platintojams kokybės reikalavimus, neatsižvelgiant į taikomą platinimo modelį. Tiekėjai ir jų platintojai gali susitarti dėl pardavimo sąlygų, kuriomis nesiekama apriboti teritorijos, kurioje produktas ir paslauga gali būti parduodami, ir klientų grupių, kurioms jie gali parduoti produktą ir paslaugą. Pavyzdžiui, vertikaliesiems

⁸⁸ 2018 m. vasario 28 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamento (ES) 2018/302 dėl nepagrįsto geografinio blokavimo ir kitų formų diskriminavimo dėl klientų pilietybės, gyvenamosios vietos arba įsisteigimo vietos vidaus rinkoje problemos sprendimo, kuriuo iš dalies keičiami reglamentai (EB) Nr. 2006/2004 ir (ES) 2017/2394 ir Direktyva 2009/22/EB (OL L 60I, 2018 3 2, p. 1–15), 3 straipsnis.

⁸⁹ 2018 m. vasario 28 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamento (ES) 2018/302 dėl nepagrįsto geografinio blokavimo ir kitų formų diskriminavimo dėl klientų pilietybės, gyvenamosios vietos arba įsisteigimo vietos vidaus rinkoje problemos sprendimo, kuriuo iš dalies keičiami reglamentai (EB) Nr. 2006/2004 ir (ES) 2017/2394 ir Direktyva 2009/22/EB (OL L 60I, 2018 3 2, p. 1–15), 5 straipsnis.

⁹⁰ Sprendimas *Pierre Fabre Dermo-Cosmetique SAS / Président de l'Autorité de la concurrence*, C-439/09, EU:C:2011:649, 36–37 punktai.

susitarimams, kuriuose numatyti kokybės reikalavimai, ypač susiję su pasirinktiniu platinimu, tokie kaip mažiausias parduotuvės dydis, parduotuvės įrengimo kokybės reikalavimai (pvz., dėl įrangos, baldų, dizaino, apšvietimo ir grindų dangos), interneto svetainės išvaizdos kokybės reikalavimai, produktų pateikimo reikalavimai (pvz., mažiausias spalvinių variantų, rodomų vienas šalia kito, arba eksponuojamų prekių ženklo produktų skaičius ir mažiausias produktams, produktų linijoms ir prekių ženklams parduotuvėje skiriamas plotas), taikomas VSBIR⁹¹.

- (194) Vertikaliesiems susitarimams, įskaitant ribojimą naudoti konkretų pardavimo internetu kanalą, pavyzdžiui, elektronines prekyvietes, arba nustatytus pardavimo internetu kokybės standartus, gali būti taikoma bendroji išimtis, neatsižvelgiant į tiekėjo naudojamą platinimo sistemą, jeigu tokio apribojimo tikslas nėra tiesiogiai ar netiesiogiai, atskirai ar kartu su kitais veiksniais, trukdyti pirkėjams ar jų klientams veiksmingai naudotis internetu parduodant savo prekes ar paslaugas internetu arba veiksmingai naudotis vienu ar keliais internetinės reklamos kanalais, kaip paaiškinta 188 punkte. Šie apribojimai nedaro poveikio nei klientų grupei, kurią galima išskirti tarp visų potencialių klientų, nei pirkėjų ar jų klientų galimybei turėti savo interneto svetainės ir reklamuotis internete kainų palyginimo priemonėse ar interneto paieškos sistemose, taip sudarant pirkėjams ar jų klientams galimybę didinti savo veiklos internete žinomumą ir pritraukti potencialių klientų. Todėl, jei jais netiesiogiai nesiekama užkirsti kelio veiksmingam interneto naudojimui parduodant internetu, tokie pardavimo apribojimai nėra teritorijų, į kurias platintojai ar jų klientai gali parduoti sutarties prekes ar paslaugas, ar klientų, kuriems jie gali jas parduoti, apribojimas. Tokie apribojimai, kuriems taikoma bendroji išimtis, iš esmės yra šie:
- (a) tiesioginis arba netiesioginis draudimas parduoti elektroninėse prekyvietėse⁹²;
 - (b) reikalavimas, kad pirkėjas turėtų vieną ar daugiau fizinių parduotuvių ar salonų, kaip sąlyga tapti tiekėjo platinimo sistemos nariu;
 - (c) reikalavimas, kad pirkėjas parduotų bent jau tam tikrą absoliučią sutarties prekių ar paslaugų dalį (pagal vertę ar apimtį, bet ne pagal visų pardavimų dalį) ne internetu, kad būtų užtikrintas veiksmingas jo fizinės parduotuvės darbas. Šis absoliutus ne internetu parduotų prekių kiekis gali būti toks pats visiems pirkėjams arba kiekvienam pirkėjui nustatytas atskirai, remiantis objektyviais kriterijais, kaip antai pirkėjo dydis tinklo ar geografinės vietovės atžvilgiu;
- (195) Reikalavimui, kad tas pats pirkėjas už produktus, skirtus perparduoti internetu, mokėtų skirtingą kainą nei už produktus, skirtus perparduoti ne internetu, gali būti taikoma VSBIR apsaugos taisyklė, jei juo siekiama skatinti arba atlyginti už atitinkamo dydžio investicijas, atitinkamai į prekybą internetu ir ne internetu. Toks kainų skirtumas turėtų būti susijęs su platintojų kiekviename kanale mažmeninės prekybos lygmeniu patiriamų sąnaudų skirtumais. Todėl nustatant didmeninių kainų skirtumą turėtų būti atsižvelgiama į skirtingas mišrias funkcijas atliekančio platintojo investicijas ir sąnaudas, kad jis būtų skatinamas arba jam būtų atlyginama už atitinkamo dydžio investicijas, atitinkamai į prekybą internetu ir ne internetu, nes, jei didmeninių kainų skirtumas yra visiškai nesusijęs su kiekviename kanale patiriamų sąnaudų skirtumu, mažai tikėtina, kad toks kainų skirtumas padidins veiksmingumą.

⁹¹ Kitus pavyzdžius žr. Komisijos tarnybų darbinio dokumento, pridedamo prie 2017 m. gegužės 10 d. E. prekybos sektoriaus tyrimo galutinės ataskaitos (SWD(2017) 154 *final*), 241 punkte.

⁹² Sprendimas *Coty Germany GmbH / Parfümerie Akzente GmbH*, C-230/16, ECLI:EU:C:2017:941, 64–69 punktai; taip pat žr. šių gairių 8.2.3 skirsnį.

Todėl, jei didmeninių kainų skirtumo tikslas – užkirsti kelią veiksmingam interneto naudojimui pardavimui internetu, tai yra pagrindinis apribojimas, kaip nurodyta šių gairių 188 punkte. Taip būtų visų pirma tais atvejais, kai dėl kainų skirtumo veiksmingas interneto naudojimas pardavimui internetu tampa nepelningas arba finansiškai netvarus.

- (196) Vertikaliuosiuose susitarimuose numatytiems internetinės reklamos apribojimams taikoma bendroji išimtis, jeigu jų tikslas nėra tiesiogiai ar netiesiogiai neleisti pirkėjams ar jų klientams veiksmingai naudotis internetu parduodant savo prekes ar paslaugas internetu, t. y. jie tiesiogiai ar netiesiogiai netrukdo veiksmingai naudotis vienu ar keliais konkrečiais internetinės reklamos kanalais. Internetinės reklamos apribojimų, kuriems taikoma VSBIR apsaugos taisyklė, pavyzdžiai yra reikalavimas, kad internetinė reklama atitiktų tam tikrus kokybės standartus arba apimtų konkretų turinį ar informaciją, arba reikalavimas, kad pirkėjas nesinaudotų tam tikrų kokybės standartų neatitinkančių atskirų internetinės reklamos teikėjų paslaugomis.

6.1.2.2. Aktyvaus ir pasyvaus pardavimo atskyrimas

- (197) Teritorijos, kurioje pirkėjas arba jo klientai gali parduoti sutarties prekes arba paslaugas, arba klientų grupės apribojimas gali būti susijęs su aktyviu arba pasyviu pardavimu toje teritorijoje arba tiems klientams. VSBIR 1 straipsnio l ir m punktuose pateikiamos aktyvaus ir pasyvaus pardavimo apibrėžtys.
- (198) VSBIR 1 straipsnio m punkte nustatyta, kad pardavimas klientams, į kuriuos nebuvo aktyviai orientuojamasi, sukuriant savo svetainę ar internetinę parduotuvę, nesvarbu, ar ji yra nuosavame serveryje, ar trečiosios šalies serveryje, laikomas pasyviu pardavimu, nes tai yra būdas, leidžiantis potencialiems klientams pasiekti konkretų platintoją. Naudojimasis svetaine gali turėti poveikį, peržengiantį platintojo teritorijos ir klientų grupės ribas, pavyzdžiui, suteikiant galimybę internetu pirkti klientams, esantiems už platintojo fizinės prekybos teritorijos ribų. Jeigu platintojas aktyviai nesiekia konkrečios teritorijos ar klientų grupės, tačiau klientas iš tos teritorijos ar klientų grupės apsilanko platintojo svetainėje ir susisiečia su platintoju, ir jeigu dėl tokio kontakto įvyksta pardavimas, įskaitant pristatymą, tai laikoma pasyviu pardavimu, nes kliento patekimas į platintojo svetainę yra susijęs su veiksmingu kliento naudojimu internetu. Tas pats taikoma, jei klientas pageidauja, kad platintojas jį informuotų automatiškai, ir tokia informacija paskatina pardavimą. Analogiškai paieškos sistemų optimizavimo metodų naudojimas svetainėje, t. y. priemonių ar metodų, skirtų pagerinti tos svetainės reitingą paieškos sistemose, naudojimas, yra pasyvus pardavimas.
- (199) Priešingai, jei svetainėje ar internetinėje parduotuvėje siūlomi kitokie kalbos variantai nei tie, kurie paprastai vartojami teritorijoje, kurioje platintojas yra įsisteigęs, tai paprastai rodo, kad platintojo veikla yra nukreipta į teritoriją, kurioje ta kalba paprastai vartojama, todėl tai yra aktyvaus pardavimo būdas⁹³. Tai, kad svetainėje ar internetinėje parduotuvėje siūloma anglų kalba, nelaikoma nuoroda, kad platintojo veikla nukreipta į angliškai kalbančias teritorijas, nes ES valstybėse narėse paprastai vartojama anglų kalba. Analogiškai savo svetainės ar internetinės parduotuvės su domeno vardu, atitinkančiu kitą teritoriją nei ta, kurioje platintojas yra įsisteigęs, sukūrimas yra aktyvaus pardavimo toje teritorijoje būdas, o svetainės

⁹³ Sprendimas *Peter Pammer / Reederei Karl Schlüter GmbH & Co. KG ir Hotel Alpenhof GesmbH / Oliver Heller* C-585/08 ir C-144/09, ECLI:EU:C:2010:740, 93 punktas.

ar internetinės parduotuvės su bendriniu ir su konkrečia šalimi nesusijusiu domeno vardu siūlymas laikomas pasyvaus pardavimo būdu.

- (200) Tikslinė internetinė reklama arba pardavimo skatinimas yra aktyvaus pardavimo būdas. Visų pirma, daugeliu atvejų internetinė reklama leidžia platintojui iš anksto nustatyti auditoriją, kuri matys jo internetinę reklamą, ir taip pasirinkti teritorijas arba klientų grupes, į kurias bus nukreipta ši reklama. Taigi galima apriboti tikslinę internetinę reklamą, pasiekiančią klientus išimtinėje teritorijoje arba išimtinėje klientų grupėje, priskirtoje kitiems platintojams. Tai, pavyzdžiui, yra suasmeninta reklama, skirta išimtinėje teritorijoje ar klientų grupėje esantiems klientams, arba mokama nuoroda paieškos sistemoje, skirta išimtinėi teritorijai ar klientų grupei, arba bet kokia kita internetinės reklamos forma, leidžianti platintojui sukurti reklamą taip, kad ji būtų skirta išimtinėse teritorijose ar klientų grupėse esantiems klientams arba nebūtų jiems skirta. Priešingai, internetinė reklama ar pardavimo skatinimas, kuriais siekiama pasiekti platintojo teritorijoje ar klientų grupėje esančius klientus, bet kurių negalima apriboti tik ta teritorija ar klientų grupe, laikomi pasyvaus pardavimo būdu, jeigu jie nėra skirti konkrečiose teritorijose ar klientų grupėse esantiems klientams. Tokios bendros reklamos pavyzdžiai – vietos ar nacionalinio laikraščio svetainėje esantis remiamas turinys, kurį gali pasiekti bet kuris tos svetainės lankytojas, arba kainų palyginimo priemonių, kurių domenų vardai yra bendriniai, o ne skirti konkrečiai valstybei, naudojimas. Priešingai, jei tokia bendro pobūdžio reklama skelbiama kalbomis, kurios teritorijoje, kurioje platintojas yra įsisteigęs, nėra plačiai vartojamos, arba svetainėse, kurių domenų vardai atitinka ne tą teritoriją, kurioje platintojas yra įsisteigęs, tai yra aktyvaus pardavimo į tą teritoriją būdas, nes ji nebėra skirta pasiekti platintojo teritorijoje esančius klientus. Dalyvavimas viešuosiuose pirkimuose priskiriamas pasyvaus pardavimo būdui, neatsižvelgiant į viešųjų pirkimų procedūros rūšį (pvz., atvira procedūra, ribota procedūra). Toks vertinimas atitinka viešųjų pirkimų teisę. Jei dalyvavimas viešajame konkurse būtų laikomas aktyviu pardavimu, tokiose rinkose labai sumažėtų to paties prekių ženklo platintojų konkurencija, o tai prieštarautų viešųjų pirkimų teisės nuostatoms, kurios numato skatinti to paties prekių ženklo platintojų konkurenciją. Todėl pirkėjo dalyvavimo viešuosiuose pirkimuose ribojimas yra pagrindinis apribojimas pagal VSBIR 4 straipsnio b–d punktus. Analogiškai dalyvavimas privačiuose konkursuose yra pasyvaus pardavimo būdas. Privatus konkursas yra neprašytas pardavimo prašymas, skirtas keliems potencialiems tiekėjams, todėl pasiūlymo pateikimas atsakant į privatų konkursą yra pasyvus pardavimas.

- (201) Kaip nustatyta VSBIR 1 straipsnio 1 dalies n punkte, atsižvelgiant į apribojimus, kurie pagal VSBIR 4 straipsnį prilygsta „aktyvaus ar pasyvaus pardavimo apribojimui“, visi pardavimo būdai, išskyrus tuos, kurie VSBIR apibrėžti kaip pasyvus pardavimas ir išsamiau paaiškinti šiose gairėse, laikomi aktyviu pardavimu.

6.1.2.3. Bendrųjų principų taikymas

- (202) VSBIR 4 straipsnio b–d punktuose pateiktas pagrindinių apribojimų ir išimčių, taikomų priklausomai nuo tiekėjo naudojamos platinimo sistemos – išimtinio platinimo, pasirinktinio platinimo ar laisvo platinimo – sąrašas.

6.1.2.4. Kai tiekėjas taiko išimtinio platinimo sistemą

- (203) Pagrindinis apribojimas, nustatytas VSBIR 4 straipsnio b punkte, yra susijęs su susitarimais ar suderintais veiksmais, kuriais tiesiogiai ar netiesiogiai siekiama apriboti teritoriją, kurioje pirkėjas, kuriam priskirta išimtinė teritorija arba klientų grupė, gali aktyviai arba pasyviai parduoti sutarties prekes ar paslaugas, arba klientų

grupę, kuriai pirkėjas, kuriam priskirta išimtinė teritorija arba klientų grupė, gali aktyviai arba pasyviai parduoti sutarties prekes ar paslaugas.

- (204) VSBIR 4 straipsnio b punkte nustatytos penkios išimtys, taikomos pagrindiniams apribojimams.
- (205) Pirma, pagal VSBIR 4 straipsnio b punkto i papunktį tiekėjui leidžiama apriboti išimtinio platintojo vykdomą aktyvų pardavimą teritorijoje arba pirkėjų grupei, kuri išimtinai priskirta kitiems pirkėjams arba rezervuota tiekėjui. Siekiant išsaugoti jų investicines paskatas, išimtinai paskirti platintojai turėtų būti tinkamai apsaugoti nuo aktyvaus pardavimo, įskaitant internetinę reklamą, teritorijoje arba klientų grupei, kurią jiems išimtinai priskyrė kiti tiekėjo pirkėjai Sąjungoje, įskaitant pirkėjus, kuriems tiekėjas išimtinai priskyrė kitas teritorijas arba klientų grupes. Jei kitiems tiekėjo pirkėjams taikomi aktyvaus pardavimo apribojimai neužtikrina tinkamo lygio apsaugos, kad būtų apsaugotos paskirtojo platintojo paskatos investuoti į išimtinę teritoriją ir taip pateisintas išimtinio platinimo sistemos sukūrimas, tikėtina, kad VSBIR taikymas bus atšauktas.
- (206) Išimtinio platintojo klientų pardavimas teritorijoje arba klientų grupei, kurią tiekėjas išimtinai priskyrė kitiems platintojams, taip pat gali pakenkti pastarųjų paskatai investuoti į kokybę ar paklausą didinančias paslaugas. Siekdamas apsaugoti išimtinai paskirtų platintojų paskatas investuoti, tiekėjas gali reikalauti, kad tokiems kitiems platintojams ir jų klientams, sudariusiems platinimo susitarimą su tiekėju arba su šalimi, kuriai tiekėjas suteikė platinimo teises, būtų apribota teisė vykdyti aktyvų pardavimą išimtinai priskirtoje teritorijoje arba išimtinai priskirtai klientų grupei (t. y. perkelti aktyvaus pardavimo apribojimą pirkėjo klientams)⁹⁴.
- (207) Tiekėjui leidžiama derinti išimtinės teritorijos ir išimtinės klientų grupės priskyrimą, pavyzdžiui, tam tikrai klientų grupei konkrečioje teritorijoje paskiriant išimtinį tiekėją.
- (208) Išimtinai paskirtų teritorijų ar klientų grupių apsauga nėra absoliuti. Siekiant išvengti rinkos pasidalijimo, pasyvus pardavimas tokiose teritorijose arba tokioms klientų grupėms negali būti uždraustas. Tačiau VSBIR 4 straipsnio b punktas susijęs tik su pirkėjo ar jo klientų pardavimo apribojimais, o tai reiškia, kad tiekėjui nedraudžiama sutikti su visišku ar daliniu apribojimu, tiek parduodant internetu, tiek ne internetu, taikomu tiek aktyviam, tiek pasyviai pardavimui išimtinėje teritorijoje arba išimtinę klientų grupę sudarantiems (visiems ar kai kuriems) klientams.
- (209) Antra, pagal VSBIR 4 straipsnio b punkto ii papunktį tiekėjui, kuris skirtingose teritorijose derina išimtinio platinimo sistemos ir pasirinktinio platinimo sistemos taikymą, leidžiama apriboti išimtinio pirkėjo galimybes aktyviai arba pasyviai parduoti neįgaliotiems platintojams, esantiems teritorijoje, kurioje tiekėjas taiko pasirinktinio platinimo sistemą, o tai reiškia, kad tiekėjas paskyrė atrinktus platintojus arba rezervavo teritoriją tokiai pasirinktinio platinimo sistemai taikyti. Pasirinktinio platinimo sistemos apsauga taikoma aktyviam ir pasyviai pardavimui, kurį vykdo išimtinio pirkėjo klientai, kuriems taip pat gali būti neleidžiama parduoti produktus neįgaliotiems platintojams, esantiems pasirinktinio platinimo sistemoje.

⁹⁴ Pagal VSBIR toks perkėlimas leidžiamas, kai tiekėjo, kuris yra sutarties šalis, rinkos dalis rinkoje, kurioje jis parduoda prekes ar paslaugas pirkėjui, neviršija 30 %, o pirkėjo rinkos dalis rinkoje, kurioje jis perka sutarties prekes ar paslaugas, neviršija 30 %.

- (210) Trečia, pagal VSBIR 4 straipsnio b punkto iii papunktį tiekėjui leidžiama apriboti pirkėjo, kuriam priskirta išimtinė teritorija arba klientų grupė, įsisteigimo vietą (vietos sąlyga). Tai reiškia, kad VSBIR gali būti taikomas, jei susitariama dėl pirkėjo platinimo punkto (-ų) ir sandėlio (-ių) konkretaus adreso, vietos ar teritorijos. Mobiliojo platinimo punkto atveju gali būti nustatyta teritorija, už kurios ribų jo negalima naudoti. Platintojo naudojimas nuosava svetaine negali būti prilyginamas naujos pardavimo vietos atidarymui kitoje vietoje, todėl negali būti ribojamas⁹⁵.
- (211) Ketvirta, pagal VSBIR 4 straipsnio b punkto vi papunktį tiekėjui leidžiama apriboti išimtinio didmenininko aktyvų ir pasyvų pardavimus galutiniams vartotojams, nes tiekėjas gali atskirti didmeninę ir mažmeninę prekybą. Tačiau pagal šią išimtį nedraudžiama leisti didmenininkui parduoti tam tikriems galutiniams vartotojams (pvz., keliems dideliems), tačiau neleidžiama parduoti (visiems) kitiems galutiniams vartotojams.
- (212) Penkta, pagal VSBIR 4 straipsnio b punkto v papunktį tiekėjui leidžiama apriboti komponentų pirkėjo, kuriam komponentai tiekiami naudoti gamyboje, galimybes perparduoti juos tiekėjo konkurentams, kurie naudotų juos tos pačios rūšies prekėms, kaip ir tiekėjo gaminamos prekės, gaminti. Sąvoka „komponentas“ apima bet kokias tarpines prekes, o sąvoka „naudojimas gamyboje“ reiškia bet kokių išteklių naudojimą prekėms gaminti.
- 6.1.2.5. Kai tiekėjas taiko atrankinio platinimo sistemą
- (213) VSBIR 4 straipsnio c punkto i papunktyje nustatytas pagrindinis apribojimas susijęs su susitarimais ar suderintais veiksmais, kuriais tiesiogiai ar netiesiogiai siekiama apriboti teritoriją, kurioje pasirinktinis platintojas gali aktyviai arba pasyviai parduoti sutarties prekes ar paslaugas, arba klientų grupes, kurioms pasirinktinis platintojas gali aktyviai arba pasyviai parduoti sutarties prekes ar paslaugas.
- (214) VSBIR 4 straipsnio c punkto i papunktyje nustatytos penkios išimtys, taikomos pagrindiniams apribojimams.
- (215) Pirmoji išimtis susijusi su įgaliotųjų platintojų aktyvaus pardavimo už pasirinktinio platinimo sistemos ribų apribojimu. Ji leidžia tiekėjui apriboti įgaliotųjų platintojų aktyvų pardavimą, įskaitant internetinę reklamą, kitose teritorijose arba klientų grupėms, išimtinai priskirtoms vienam ar keliems platintojams arba rezervuotoms tik tiekėjui. Tiekėjas gali reikalauti, kad aktyvaus pardavimo apribojimą išimtinėje teritorijoje arba išimtinai klientų grupei pirkėjas perduotų savo klientams, kurie yra sudarę platinimo sutartį su tiekėju arba su šalimi, kuriai tiekėjas suteikė platinimo teises.
- (216) Antroji išimtis leidžia tiekėjui apriboti įgaliotųjų platintojų ir šių platintojų klientų galimybes parduoti prekes neįgaliotiems platintojams, esantiems bet kurioje teritorijoje, kurioje tiekėjas taiko pasirinktinio platinimo sistemą, t. y. tiekėjas yra paskyręs pasirinktinis platintojus arba rezervavęs teritoriją tokiai pasirinktinio platinimo sistemai taikyti. Apribojimas gali būti taikomas aktyviam arba pasyviai pardavimui bet koku prekybos lygmeniu.
- (217) Trečioji išimtis leidžia tiekėjui neleisti įgaliotiesiems platintojams vykdyti veiklą kitose patalpose arba atidaryti naują prekybos vietą kitoje vietovėje (vietos sąlyga).

⁹⁵ Žr. Sprendimo *Pierre Fabre Dermo-Cosmetique SAS / Président de l'Autorité de la concurrence*, C-439/09, EU:C:2011:649, 56–57 punktus.

Tai reiškia, kad VSBIR gali būti taikomas, jei susitariama dėl pirkėjo platinimo punkto (-ų) ir sandėlio (-ių) konkretaus adreso, vietos ar teritorijos. Mobiliojo platinimo punkto atveju gali būti nustatyta teritorija, už kurios ribų jo negalima naudoti. Platintojo naudojimas nuosava svetaine negali būti prilyginamas naujos prekybos vietos atidarymui kitoje vietoje, todėl negali būti ribojamas.

- (218) Ketvirtoji išimtis leidžia tiekėjui apriboti įgaliotojo didmenininko aktyvų ir pasyvų pardavimą galutiniams naudotojams, nes tiekėjas gali atskirti didmeninės ir mažmeninės prekybos lygmenis. Tačiau pagal šią išimtį nedraudžiama leisti didmenininkui parduoti tam tikriems galutiniams vartotojams (pvz., keliems dideliems), tačiau neleidžiama parduoti (visiems) kitiems galutiniams vartotojams.
- (219) Penktoji išimtis leidžia tiekėjui apriboti įgaliotojo komponentų pirkėjo, kuriam komponentai tiekiami naudoti gamyboje, galimybes perparduoti juos tiekėjo konkurentams, kurie juos naudotų tos pačios rūšies prekėms, kaip ir tiekėjo gaminamos prekės, gaminti. Sąvoka „komponentas“ apima bet kokias tarpines prekes, o sąvoka „naudojimas gamyboje“ reiškia bet kokių išteklių naudojimą prekėms gaminti.
- (220) VSBIR 4 straipsnio c punkto iii papunktyje nustatytu pagrindiniu apribojimu neleidžiama riboti pasirinktinio platinimo tinklo narių aktyvaus ar pasyvaus pardavimo galutiniams naudotojams, kurie yra profesionalūs galutiniai naudotojai ar vartotojai, nepažeidžiant galimybės uždrausti tinklo nariui vykdyti veiklą iš neleistinos įsisteigimo vietos (žr. 4 straipsnio c punkto i papunkčio trečiąją išimtį ir šių gairių 217 punktą). Tai reiškia, kad negali būti ribojamos įgaliotųjų platintojų galimybės pasirinkti naudotojus ar jų vardu veikiančius pirkimo atstovus, kuriems jie gali parduoti, išskyrus atvejus, kai siekiama apsaugoti kitoje teritorijoje veikiančią išimtinio platinimo sistemą (žr. 4 straipsnio c punkto i papunkčio pirmąją išimtį ir šių gairių 215 punktą). Pasirinktinio platinimo sistemoje įgaliojami platintojai turėtų turėti galimybę laisvai parduoti visiems galutiniams naudotojams tiek aktyviai, tiek pasyviai.
- (221) Atsižvelgiant į tai, kad internetiniai ir neinternetiniai kanalai pasižymi skirtingomis savybėmis, pasirinktinio platinimo sistemą taikantis tiekėjas gali nustatyti savo įgaliojiesiems platintojams pardavimo internetu kriterijus, kurie nėra tapatūs kriterijams, nustatytiems pardavimui fizinėse parduotuvėse, jei pardavimui internetu nustatytais kriterijais tiesiogiai ar netiesiogiai, atskirai ar kartu su kitais veiksniais nesiekama užkirsti kelio pirkėjams ar jų klientams veiksmingai naudotis internetu parduodant prekes ar paslaugas internetu. Pavyzdžiui, tiekėjas gali nustatyti konkrečius reikalavimus, kad užtikrintų tam tikrus internetu perkančių naudotojų paslaugų kokybės standartus, pavyzdžiui, sukurti ir valdyti internetinę pagalbą po pardavimo tarnybą, reikalauti padengti klientų išlaidas, susijusias su produkto grąžinimu, arba naudoti saugias mokėjimo sistemas. Šie apribojimai nedaro poveikio nei pirkėjų grupei, kurią galima išskirti tarp visų potencialių pirkėjų, nei pirkėjų ar jų klientų galimybei turėti savo svetaines ir reklamuotis internete trečiųjų šalių platformose ar interneto paieškos sistemose, taip sudarant pirkėjams ar jų klientams galimybę didinti savo veiklos internete žinomumą ir pritraukti potencialių klientų.
- (222) Pasirinktinio platinimo sistema negali būti derinama su išimtinio platinimo sistema, kaip apibrėžta VSBIR 1 straipsnio 1 dalies g punkte, toje pačioje teritorijoje, nes tai reikštų pagrindinį įgaliotųjų platintojų aktyvaus ar pasyvaus pardavimo galutiniams vartotojams apribojimą pagal VSBIR 4 straipsnio c punkto i papunktį. Tačiau tiekėjas gali įsipareigoti tiekti tik vienam įgaliotajam platintojui arba ribotam

įgaliotųjų platintojų skaičiui konkrečioje teritorijos, kurioje taikoma pasirinktinio platinimo sistema, dalyje. Tiekėjas taip pat gali įsipareigoti pats nevykdyti jokio tiesioginio pardavimo toje teritorijoje. Be to, kaip leidžiama pagal antrąją VSBIR 4 straipsnio c punkto i papunkčio išimtį, tiekėjas savo įgaliotiesiems platintojams gali nustatyti vietos sąlygą.

- (223) VSBIR 4 straipsnio c punkto ii papunktyje nustatytas pagrindinis apribojimas susijęs su kryžminio tiekimo ribojimu tarp įgaliotųjų platintojų, priklausančių pasirinktinio platinimo sistemai. Tai reiškia, kad tiekėjas negali užkirsti kelio savo įgaliotųjų platintojų aktyviam ar pasyviai tarpusavio pardavimui, nes jie turi turėti galimybę laisvai pirkti sutarties produktus iš kitų tinklo įgaliotųjų platintojų, veikiančių tame pačiame arba kitame prekybos lygmenyje⁹⁶. Dėl šių priežasčių pasirinktinis platinimas negali būti derinamas su vertikaliaisiais apribojimais, kuriuos taikant platintojai verčiami pirkti sutarties prekes tik iš nustatyto šaltinio. Tai taip pat reiškia, kad pasirinktinio platinimo tinkle negali būti ribojamas įgaliotųjų didmenininkų pardavimas įgaliotiesiems platintojams.

6.1.2.6. Kai tiekėjas taiko laisvo platinimo sistemą

- (224) Pagrindinis apribojimas, nustatytas VSBIR 4 straipsnio d punkte, yra susijęs su susitarimais ar suderintais veiksmais, kuriais tiesiogiai ar netiesiogiai siekiama apriboti teritoriją, kurioje pirkėjas gali aktyviai arba pasyviai parduoti sutarties prekes ar paslaugas, arba klientų grupes, kurioms pirkėjas gali aktyviai arba pasyviai parduoti sutarties prekes ar paslaugas.
- (225) VSBIR 4 straipsnio d punkte nustatytos penkios išimtys, taikomos pagrindiniams apribojimams.
- (226) Pirma, pagal VSBIR 4 straipsnio d punkto i papunktį tiekėjui leidžiama apriboti pirkėjo aktyvų pardavimą, įskaitant internetinę reklamą, teritorijoje arba pirkėjų grupei, kuri rezervuota tik tiekėjui arba priskirta išimtinai kitiems pirkėjams. Tiekėjas gali reikalauti, kad aktyvaus pardavimo apribojimą išimtinėje teritorijoje arba išimtinai klientų grupei pirkėjas perduotų savo klientams, kurie yra sudarę platinimo sutartį su tiekėju arba su šalimi, kuriai tiekėjas suteikė platinimo teises. Tačiau išimtinai paskirtų teritorijų ar klientų grupių apsauga nėra absoliuti, nes pasyvus pardavimas tokiose teritorijose ar tokioms klientų grupėms negali būti uždraustas.
- (227) Antra, pagal VSBIR 4 straipsnio d punkto ii papunktį tiekėjui leidžiama apriboti pirkėjo ir jo klientų aktyvų ar pasyvų pardavimą neįgaliotiesiems platintojams, esantiems teritorijoje, kurioje tiekėjas taiko pasirinktinio platinimo sistemą arba kurią tiekėjas rezervavo tokiai pasirinktinio platinimo sistemai taikyti. Apribojimas gali būti taikomas aktyviam arba pasyviai pardavimui bet kuriuo prekybos lygmeniu.
- (228) Trečia, pagal VSBIR 4 straipsnio d punkto iii papunktį tiekėjui leidžiama apriboti pirkėjo įsisteigimo vietą (vietos sąlyga). Tai reiškia, kad VSBIR gali būti taikomas, jei susitariama dėl pirkėjo platinimo punkto (-ų) ir sandėlio (-ių) konkretaus adreso, vietos ar teritorijos. Mobiliojo platinimo punkto atveju gali būti nustatyta teritorija, už kurios ribų jo negalima naudoti. Platintojo naudojimas savo svetaine negali būti

⁹⁶

Žr., pavyzdžiui, Komisijos sprendimo byloje AT.40182 – *Guess* 65–78 punktus.

laikomas panašiu į naujos prekybos vietos atidarymą kitoje vietovėje, todėl negali būti ribojamas⁹⁷.

- (229) Ketvirta, pagal VSBIR 4 straipsnio d punkto vi papunktį tiekėjui leidžiama apriboti didmenininko aktyvų ir pasyvų pardavimą galutiniams vartotojams, nes tiekėjas gali atskirti didmeninės ir mažmeninės prekybos lygmenis. Tačiau pagal šią išimtį nedraudžiama leisti didmenininkui parduoti tam tikriems galutiniams naudotojams (pvz., keliems dideliems), tačiau neleidžiama parduoti kitiems galutiniams naudotojams.
- (230) Penkta, pagal VSBIR 4 straipsnio d punkto v papunktį tiekėjui leidžiama apriboti komponentų pirkėjo, kuriam komponentai tiekiami naudoti gamyboje, galimybes perparduoti juos tiekėjo konkurentams, kurie naudotų juos tos pačios rūšies prekėms, kaip ir tiekėjo gaminamos prekės, gaminti. Sąvoka „komponentas“ apima bet kokias tarpines prekes, o sąvoka „naudojimas gamyboje“ reiškia bet kokių išteklių naudojimą prekėms gaminti.

6.1.3. *Atsarginių dalių pardavimo apribojimai*

- (231) VSBIR 4 straipsnio e punkte nustatytas pagrindinis apribojimas susijęs su susitarimais, kuriais kliudoma galutiniams naudotojams, nepriklausomiems remontootojams, didmenininkams ir paslaugų teikėjams įsigyti atsarginių dalių tiesiogiai iš šių atsarginių dalių gamintojų ar tai ribojama. Atsarginių dalių gamintojo ir pirkėjo, kuris šias dalis naudoja savo produktuose (pavyzdžiui, pirminės įrangos gamintojai), susitarimu negali būti tiesiogiai arba netiesiogiai kliudoma pirminės įrangos gamintojui parduoti tas atsargines dalis galutiniams naudotojams, nepriklausomiems remontootojams, didmenininkams arba paslaugų teikėjams arba tai riboti. Netiesioginių apribojimų visų pirma gali atsirasti, kai ribojamas atsarginių dalių tiekėjo techninės informacijos ir specialios įrangos, kuri būtina, kad naudotojai, nepriklausomi remontootojai arba paslaugų teikėjai galėtų naudoti atsargines dalis. Tačiau susitarimu gali būti ribojamas atsarginių dalių tiekimas remontootojams arba paslaugų teikėjams, kuriems pirminės įrangos gamintojas pavedė vykdyti savo prekių remontą arba jų techninę priežiūrą. Tai reiškia, kad pirminės įrangos gamintojas gali reikalauti, kad jo remonto ir techninės priežiūros tinklas atsargines dalis pirktų iš jo arba iš kitų jo pasirinktinio platinimo sistemos narių, jei tokia sistema yra naudojama.

6.2. **Apribojimai, kurie neleistini pagal VSBIR**

- (232) Pagal VSBIR 5 straipsnį tam tikriems vertikaliosios susitarimuose numatytiems įsipareigojimams VSBIR netaikomas, neatsižvelgiant į tai, ar viršijama VSBIR 3 straipsnio 1 dalyje nustatyta rinkos dalies riba, ar ne. VSBIR 5 straipsnyje apibrėžti įsipareigojimai, dėl kurių negalima daryti pakankamai patikimos prielaidos, kad jie atitinka 101 straipsnio 3 dalies sąlygas. Nėra preziumuojama, kad VSBIR 5 straipsnyje nurodyti įsipareigojimai patenka į 101 straipsnio 1 dalies taikymo sritį arba neatitinka 101 straipsnio 3 dalies sąlygų. Tai, kad VSBIR netaikomas šiems įsipareigojimams, reiškia tik tai, kad jie turi būti vertinami individualiai pagal 101 straipsnį. Be to, kitaip nei 4 VSBIR straipsnyje, VSBIR 5 straipsnyje numatytas bendrosios išimties netaikymas susijęs tik su konkrečiu įsipareigojimu, jei tą

⁹⁷ Žr. Sprendimo *Pierre Fabre Dermo-Cosmetique SAS / Président de l'Autorité de la concurrence*, C-439/09, EU:C:2011:649, 56–57 punktus.

įsipareigojimą galima atskirti nuo likusios vertikaliojo susitarimo dalies. Tai reiškia, kad likusiai vertikaliojo susitarimo daliai ir toliau taikoma bendroji išimtis.

6.2.1. Įsipareigojimams nekonkuruoti, kurių trukmė viršija penkerius metus

- (233) Pagal VSBIR 5 straipsnio 1 dalies a punktą įsipareigojimams nekonkuruoti, kurių trukmė ilgesnė nei penkeri metai, VSBIR netaikomas. Įsipareigojimams nekonkuruoti – tai susitarimai, pagal kuriuos pirkėjas turi pirkti iš tiekėjo arba iš kitos tiekėjo nurodytos įmonės daugiau kaip 80 % visų pirkėjo perkamų sutarties prekių ar paslaugų arba jų pakaitalų per praėjusius kalendorinius metus, kaip apibrėžta VSBIR 1 straipsnio 1 dalies e punkte. Tai reiškia, kad pirkėjui kliudoma pirkti konkuruojančias prekes ar paslaugas arba toks pirkimas gali sudaryti mažiau nei 20 % visų jo pirkinių. Jei nėra atitinkamų duomenų apie pirkėjo pirkimus per kalendorinius metus iki vertikaliojo susitarimo sudarymo, vietoj to galima remtis pirkėjo tiksliausiai apskaičiuotu bendru metiniu poreikiu. Tačiau faktiniai pirkimo duomenys turėtų būti naudojami, kai tik jų atsiranda.
- (234) Įsipareigojimams nekonkuruoti netaikoma bendroji išimtis, jei jų trukmė nėra nustatyta ar yra ilgesnė nei penkeri metai. Įsipareigojimams nekonkuruoti, kurie tyliai pratęsimi ilgiau nei penkeriems metams, taikoma bendroji išimtis, jeigu pirkėjas gali veiksmingai persiderėti arba nutraukti vertikalųjį susitarimą, kuriame numatytas įsipareigojimas, per pagrįstą įspėjimo laikotarpį ir už pagrįstą kainą, taip leisdamas pirkėjui veiksmingai pakeisti tiekėją pasibaigus penkerių metų laikotarpiui. Jeigu, pavyzdžiui, vertikalajame susitarime numatytas įsipareigojimas penkerius metus nekonkuruoti ir tiekėjas suteikia pirkėjui paskolą, tos paskolos grąžinimas neturi trukdyti pirkėjui veiksmingai nutraukti įsipareigojimo nekonkuruoti pasibaigus penkerių metų laikotarpiui. Taip pat, kai tiekėjas aprūpina pirkėją įranga, kuri nėra susijusi su jų santykiais, pirkėjas turi turėti galimybę pasibaigus įsipareigojimo nekonkuruoti terminui įsigyti šią įrangą rinkos kaina.
- (235) Remiantis VSBIR 5 straipsnio 2 dalimi, penkerių metų laikotarpio apribojimas netaikomas, kai pirkėjas perparduoda sutarties prekes ar paslaugas „tiekėjui priklausančiose patalpose ir žemėje ar patalpose ir žemėje, kuriuos tiekėjas nuomojasi iš trečiųjų šalių, nesusijusių su pirkėju“. Tokiais atvejais įsipareigojimas nekonkuruoti gali trukti tiek pat, kiek ir laikotarpis, kuriuo pirkėjas naudojasi pardavimo vieta. Tokios išimties priežastis yra ta, kad paprastai neprotinga tikėtis, jog tiekėjas leis be jo sutikimo parduoti konkuruojančius produktus savo nuosavose patalpose arba žemėje. Pagal analogiją tokie patys principai taikomi tais atvejais, kai pirkėjas turi mobiliąją prekybos vietą, kuri priklauso tiekėjui arba kurią tiekėjas nuomojasi iš trečiųjų šalių, nesusijusių su pirkėju. Netikros nuosavybės pastatams, pavyzdžiui, platintojui perdavus žemės ir patalpų nuosavybės teises tiekėjui tik tam tikram laikotarpiui, siekiant išvengti penkerių metų laikotarpio taikymo, ši išimtis negali būti taikoma.

6.2.2. Įsipareigojimams nekonkuruoti pasibaigus terminui

- (236) Remiantis VSBIR 5 straipsnio 1 dalies b punktu kartu su VSBIR 5 straipsnio 3 dalimi, VSBIR netaikomas pirkėjo įsipareigojimams nekonkuruoti pasibaigus terminui, nebent įsipareigojimas yra būtinas, kad apsaugotų tiekėjo pirkėjui perduotą praktinę patirtį, ir apsiriboja tik pardavimo vieta, kurioje pirkėjas dirbo sutarties laikotarpiu, ir toks įsipareigojimas galioja ne ilgiau kaip vienus metus. Taip yra tik tuo atveju, kai praktinė patirtis yra reikšminga, kaip apibrėžta VSBIR 1 straipsnio 1 dalies h punkte. Tai reiškia, kad praktinę patirtį turi sudaryti informacija, kuri yra

reikšminga ir naudinga pirkėjui, kad šis galėtų naudoti, parduoti arba perparduoti sutarties prekes ar paslaugas.

6.2.3. *Įsipareigojimai nekonkuruoti, taikomi pasirinktinio platinimo sistemos nariams*

- (237) VSBIR 5 straipsnio 1 dalies c punktas yra susijęs su konkuruojančių prekių ar paslaugų pardavimu pagal pasirinktinio platinimo sistemą. VSBIR numatytas pasirinktinio platinimo derinimas su įsipareigojimu nekonkuruoti, kai įgaliotieji platintojai įpareigojami neperparduoti konkuruojančių prekių ženklų produktų. Tačiau, jeigu tiekėjas tiesiogiai arba netiesiogiai trukdo savo įgaliotiesiems platintojams pirkti produktus iš vieno ar kelių konkrečių konkuruojančių tiekėjų ir juos perparduoti, tokiam įsipareigojimui bendroji išimtis netaikoma. Netaikymo tokiam įsipareigojimui tikslas – išvengti situacijos, kai keletas tiekėjų, naudodamiesi tomis pačiomis pasirinktinio paskirstymo vietomis, trukdytų vienam ar keliems konkretiems konkurentams naudotis tomis vietomis platinant savo produktus. Tokia situacija prilygtų konkuruojančio tiekėjo konkurencinių galimybių ribojimui kolektyvinio boikoto būdu.

6.2.4. *Paritetiniai įsipareigojimai*

- (238) Ketvirtas atvejis, kai bendroji išimtis netaikoma, kuris nustatytas VSBIR 5 straipsnio 1 dalies d punkte, yra susijęs su internetinių tarpininkavimo paslaugų teikėjų nustatytais mažmeniniais paritetiniais įsipareigojimais, dėl kurių šių paslaugų pirkėjai negali siūlyti, parduoti ar perparduoti prekių ar paslaugų galutiniams naudotojams palankesnėmis sąlygomis naudodamiesi konkuruojančiomis internetinėmis tarpininkavimo paslaugomis. Galutiniai naudotojai gali būti įmonės arba galutiniai vartotojai. Sąlygos gali būti susijusios su kainomis, atsargomis, prieinamumu ar kitomis pasiūlymo ar pardavimo sąlygomis. Paritetinis įsipareigojimas gali būti aiškiai išreikštas arba jis gali būti taikomas kitomis tiesioginėmis ar netiesioginėmis priemonėmis, įskaitant diferencijuotų kainų nustatymą arba kitas paskatas ar priemones, kurių taikymas priklauso nuo sąlygų, kuriomis internetinių tarpininkavimo paslaugų pirkėjas siūlo prekes ar paslaugas galutiniams naudotojams, besinaudojantiems konkuruojančiais internetinių tarpininkavimo paslaugų teikėjais. Pavyzdžiui, internetinių tarpininkavimo paslaugų teikėjas gali skatinti pirkėjus suteikti jam lygiavertes sąlygas, palyginti su konkuruojančiais tokių paslaugų teikėjais, siūlydamas geresnį pirkėjo prekių ar paslaugų matomumą savo interneto svetainėje arba taikydamas mažesnius komisinių įkainius.
- (239) Visoms kitoms paritetinių įsipareigojimų rūšims taikoma VSBIR nustatyta bendroji išimtis. Tai apima, pavyzdžiui, mažmeninius paritetinius įsipareigojimus, susijusius su prekių ar paslaugų tiekėjų tiesioginio pardavimo ar rinkodaros kanalais („siaurasis“ paritetas); paritetinius įsipareigojimus, susijusius su sąlygomis, kuriomis prekės ar paslaugos siūlomos įmonėms, kurios nėra galutiniai naudotojai, ir paritetinius įsipareigojimus, susijusius su sąlygomis, kuriomis gamintojai, didmenininkai ar mažmenininkai perka prekes ar paslaugas kaip išteklius (apie paritetinių įsipareigojimų vertinimą atskirais atvejais, kai VSBIR netaikomas, žr. šių gairių 8.2.5 skirsnį).

7. ATŠAUKIMAS IR NETAIKYMAS

7.1. VSBIR taikymo atšaukimas (Reglamento 1/2003 29 straipsnis)

- (240) Remdamasi Reglamento 1/2003 29 straipsnio 1 dalimi, Komisija gali atšaukti VSBIR taikymą, jei nustato, kad konkrečiu atveju vertikalusis susitarimas, kuriam taikomas VSBIR, turi tam tikrą poveikį, nesuderinamą su 101 straipsnio 3 dalimi. Be to, jei konkrečiu atveju toks susitarimas valstybės narės teritorijoje arba jos dalyje, kuri turi visus atskiros geografinės rinkos požymius, turi su 101 straipsnio 3 dalimi nesuderinamą poveikį, tos valstybės narės NKI pagal Reglamento 1/2003 29 straipsnio 2 dalį taip pat gali atšaukti VSBIR taikymą. Reglamento 1/2003 29 straipsnyje valstybių narių teismai nenurodyti, todėl jie neturi įgaliojimų atšaukti VSBIR taikymo⁹⁸, išskyrus atvejus, kai atitinkamas teismas yra valstybės narės paskirtoji konkurencijos institucija pagal Reglamento 1/2003 35 straipsnį.
- (241) Komisija ir NKI gali atšaukti VSBIR taikymą dviem atvejais. Pirma, jos gali atšaukti VSBIR taikymą, jeigu vertikalusis susitarimas, patenkantis į 101 straipsnio 1 dalies taikymo sritį, *atskirai* daro poveikį atitinkamai rinkai, nesuderinamą su 101 straipsnio 3 dalimi. Antra, kaip nurodyta VSBIR 18 konstatuojamojoje dalyje, jos taip pat gali atšaukti VSBIR taikymą, jei vertikalusis susitarimas turi tokį poveikį *kartu* su panašiais konkuruojančių tiekėjų ar pirkėjų sudarytais susitarimais. Taip yra todėl, kad lygiagretūs panašių vertikalųjų susitarimų tinklai gali turėti kumuliatyvų poveikį, nesuderinamą su 101 straipsnio 3 dalimi. Patekimo į atitinkamą rinką apribojimas ir konkurencijos joje ribojimas yra tokio kumuliatyvaus poveikio pavyzdžiai, dėl kurių gali būti pateisinamas VSBIR taikymo atšaukimas⁹⁹.
- (242) Vertikalųjų susitarimų lygiagretūs tinklai laikomi panašiais, jei juose nustatyti tokie patys apribojimai, rinkoje turintys panašų poveikį. Toks kumuliatyvus poveikis gali atsirasti dėl, pavyzdžiui, bendros išimtinės teisės ar pasirinktinio platinimo, paritetinių įsipareigojimų arba įsipareigojimų nekonkuruoti. Kalbant apie pasirinktinį platinimą, pakankamai panašių lygiagrečių tinklų gali būti, jei tam tikroje rinkoje tam tikri tiekėjai taiko tik kokybinį pasirinktinį platinimą, o kiti tiekėjai taiko kiekybinį pasirinktinį platinimą, turintį panašų poveikį rinkai. Toks kumuliatyvus poveikis taip pat gali atsirasti, kai tam tikroje rinkoje lygiagretiems pasirinktinio platinimo tinklams taikomi kokybiniai kriterijai, kuriais ribojamos platintojų konkurencinės galimybės. Šiomis aplinkybėmis vertinant susitarimą reikia atsižvelgti į antikonkurencinį poveikį, priskiriamą kiekvienam atskiram susitarimų tinklui. Tam tikrais atvejais VSBIR taikymas gali būti atšauktas tik tam tikriems kokybiniais kriterijams arba tam tikriems kiekybiniais kriterijams, kuriais, pavyzdžiui, ribojamas įgaliojimų platintojų skaičius.
- (243) Atsakomybė už kumuliatyvų antikonkurencinį poveikį gali būti priskirta tik toms įmonėms, kurios reikšmingai prie jo prisidėjo. Įmonių, kurios neturėjo didelės įtakos

⁹⁸ Valstybių narių teismai taip pat negali keisti VSBIR taikymo srities, išplėsdami jo taikymo sritį susitarimams, kuriems VSBIR netaikomas. Bet koks toks išplėtimas, kad ir kokia būtų jo taikymo sritis, turėtų įtakos Komisijos teisėkūros kompetencijos įgyvendinimo būdai (Sprendimas *Stergios Delimitis / Henninger Bräu AG*, C-234/89, EU:C:1991:91, 46 punktą).

⁹⁹ Tačiau mažai tikėtina, kad kumuliatyvus ribojamasis poveikis konkurencinėms galimybėms egzistuoja, jei lygiagretūs vertikalųjų susitarimų tinklai apima mažiau nei 30 % atitinkamos rinkos, žr. *De minimis* pranešimo 10 punktą.

kumuliatyviu poveikiui, sudarytiems susitarimams netaikomas 101 straipsnio 1 dalyje nustatytas draudimas¹⁰⁰. Todėl jiems netaikomas atšaukimo mechanizmas¹⁰¹.

- (244) Pagal Reglamento 1/2003 29 straipsnio 1 dalį Komisija savo iniciatyva arba remdamasi skundu gali atšaukti VSBIR taikymą. Tai apima galimybę NKI prašyti Komisijos konkrečiu atveju atšaukti VSBIR taikymą, nedarant poveikio bylų skyrimo ir pagalbos teikimo Europos konkurencijos tinkle taisyklių taikymo¹⁰² ir nedarant poveikio jų pačių teisei atšaukti jo taikymą pagal Reglamento 1/2003 29 straipsnio 2 dalį. Jei konkrečiu atveju taikyti Reglamento 1/2003 29 straipsnio 1 dalį Komisijos paprašo bent trys NKI, Komisija apsvaustys tokį atvejį Europos konkurencijos tinkle, kad nuspręstų, ar atšaukti VSBIR taikymą, ar ne. Tokiomis aplinkybėmis Komisija kuo labiau atsižvelgs į NKI, kurios paprašė Komisijos atšaukti VSBIR taikymą, nuomonę, kad laiku padarytų išvadą, ar konkrečiu atveju tenkinamos atšaukimo sąlygos.
- (245) Iš Reglamento 1/2003 29 straipsnio 1 ir 2 dalių galima daryti išvadą, kad Komisija turi išimtinę kompetenciją atšaukti VSBIR taikymą visoje Sąjungoje, nes ji gali atšaukti VSBIR taikymą vertikaliesiems susitarimams, kuriais ribojama konkurencija atitinkamoje geografinėje rinkoje, kuri yra platesnė nei vienos valstybės narės teritorija, o NKI gali atšaukti jo taikymą tik savo atitinkamos valstybės narės teritorijoje.
- (246) Todėl atskiros NKI atšaukimo įgaliojimai yra susiję su atvejais, kai atitinkama rinka apima vieną valstybę narę arba regioną, esantį tik atitinkamoje valstybėje narėje. Tokiu atveju tos valstybės narės NKI turi kompetenciją atšaukti VSBIR taikymą vertikaliam susitarimui, kurio poveikis nesuderinamas su 101 straipsnio 3 dalimi, šioje nacionalinėje arba regioninėje rinkoje. Ši kompetencija sutampa, nes pagal VSBIR 29 straipsnio 1 dalį Komisija taip pat įgaliojama atšaukti VSBIR taikymą nacionalinei arba regioninei rinkai, jei nagrinėjamas vertikalusis susitarimas gali turėti įtakos valstybių narių tarpusavio prekybai.
- (247) Kai tai susiję su keliomis atskiromis nacionalinėmis ar regioninėmis rinkomis, kelios kompetentingos NKI vienu metu gali atšaukti VSBIR taikymą.
- (248) Iš Reglamento 1/2003 29 straipsnio 1 dalies formuluotės galima daryti išvadą, kad, kai Komisija atšaukia VSBIR taikymą, jai tenka pareiga įrodyti, pirma, kad VSBIR taikomas atitinkamam vertikaliam susitarimui, o tai reiškia, kad jis turi patekti į 101 straipsnio 1 dalies taikymo sritį¹⁰³, ir, antra, kad šio susitarimo poveikis nesuderinamas su 101 straipsnio 3 dalimi, o tai reiškia, kad jis neatitinka bent vienos iš keturių 101 straipsnio 3 dalies sąlygų¹⁰⁴. Pagal Reglamento 1/2003 29 straipsnio 2

¹⁰⁰ Atskiri tiekėjai ar platintojai, kurių rinkos dalis neviršija 5 %, paprastai nelaikomi reikšmingai prisidedančiais prie kumuliatyvaus ribojamojo poveikio konkurencinėms galimybėms, žr. *De minimis* pranešimo 10 punktą ir Sprendimo *Stergios Delimitis / Henninger Bräu AG*, C-234/89, EU:C:1991:91, 24–27 punktus.

¹⁰¹ Toks indėlis bus vertinamas pagal vykdymo užtikrinimo politikos kriterijus atskirais atvejais, kaip nurodyta šių gairių 8 skirsnyje.

¹⁰² Žr. Reglamento 1/2003 IV skyrių.

¹⁰³ Jeigu vertikalusis susitarimas nepatenka į 101 straipsnio 1 dalies taikymo sritį, kaip nurodyta šių gairių 3 skirsnyje, VSBIR taikymo klausimas nekyla, nes VSBIR skirtas apibrėžti vertikalųjų susitarimų, kurie paprastai atitinka 101 straipsnio 3 dalyje nustatytas sąlygas, kategorijoms, o tai suponuoja, kad vertikalusis susitarimas patenka į 101 straipsnio 1 dalies taikymo sritį; žr. aiškiai nuorodą 101 straipsnio 3 dalyje į susitarimus, sprendimus ir suderintus veiksmus, taip pat 101 straipsnio 1 dalį.

¹⁰⁴ Komisijai pakanka pagrįsti, kad viena iš keturių 101 straipsnio 3 dalies sąlygų nėra įvykdyta. Taip yra todėl, kad, norint taikyti 101 straipsnio 3 dalies išimtį, turi būti įvykdytos visos keturios sąlygos.

dalį tie patys reikalavimai taikomi tada, kai NKI atšaukia VSBIR taikymą savo valstybėje narėje. Konkrečiai kalbant apie pareigą įrodyti, kad antrasis reikalavimas įvykdytas, 29 straipsnyje nustatytas reikalavimas, kad kompetentinga konkurencijos institucija pagrįstų, jog bent viena iš keturių 101 straipsnio 3 dalies sąlygų nėra įvykdyta¹⁰⁵.

- (249) Jei įvykdomi Reglamento 1/2003 29 straipsnio 1 dalyje nustatyti reikalavimai, Komisija gali atšaukti VSBIR taikymą konkrečiu atveju. Tokį atšaukimą ir jo reikalavimus, išdėstytus ankstesniuose punktuose, reikia atskirti nuo Komisijos sprendimo išvadų pagal Reglamento 1/2003 III skyrių. Tačiau atšaukimas gali būti derinamas, pavyzdžiui, su pažeidimo konstatavimu ir taisomosios taikymu, ir net su laikinosiomis apsaugos priemonėmis, kaip buvo padaryta ankstesniuose Komisijos sprendimuose¹⁰⁶.
- (250) Jei Komisija pagal Reglamento 1/2003 29 straipsnio 1 dalį atšaukia VSBIR taikymą, ji turi atsižvelgti į tai, kad atšaukimas gali turėti tik *ex nunc* poveikį, t. y. atitinkamų susitarimų, kuriems taikoma išimtis, statusas išliks nepakitęs laikotarpiu iki atšaukimo įsigaliojimo dienos. Jei taikymas atšaukiamas pagal Reglamento 1/2003 29 straipsnio 2 dalį, atitinkama NKI taip pat turi atsižvelgti į savo pareigas pagal Reglamento 1/2003 11 straipsnio 4 dalį, visų pirma pateikti Komisijai atitinkamą numatomą sprendimą.

7.2. Reglamentas, kuriuo paskelbiama, kad VSBIR netaikomas (VSBIR 6 straipsnis)

- (251) Vadovaujantis Įgaliojimų suteikimo reglamento 1a straipsniu, VSBIR 6 straipsniu Komisija įgaliojama reglamentu paskelbti, kad VSBIR netaikomas lygiagretiems panašių vertikaliųjų apribojimų tinklams, kai tokie tinklai apima daugiau nei 50 % atitinkamos rinkos. Tokia priemonė neskirta atskiroms įmonėms, nes ji taikoma visoms įmonėms, kurių susitarimai atitinka sąlygas, nustatytas VSBIR 6 straipsnyje nurodytame reglamente. Vertindama poreikį priimti tokį reglamentą, Komisija svarstys, ar individualus atšaukimas būtų priimtinesnė taisomoji priemonė. Atliekant šį vertinimą ypač svarbūs du aspektai – konkuruojančių įmonių, prisidedančių prie kumuliatyvaus poveikio rinkoje, skaičius ir paveiktų geografinių rinkų Sąjungoje skaičius.
- (252) Komisija svarstys galimybę priimti reglamentą pagal VSBIR 6 straipsnį, jei dėl panašių apribojimų, kurie apima daugiau kaip 50 % atitinkamos rinkos, gali būti reikšmingai apribota galimybė patekti į šią rinką arba konkurencija joje. Taip visų pirma gali būti, kai lygiagretūs pasirinktinio platinimo tinklai, apimantys daugiau nei 50 % rinkos, gali riboti konkurencines galimybes rinkoje dėl atrankos kriterijų, kurie nėra reikalingi dėl atitinkamų prekių ar paslaugų pobūdžio ar yra diskriminuojantys

¹⁰⁵ Reglamento 1/2003 29 straipsnyje nustatytas reikalavimas dėl kompetentingos konkurencijos institucijos įrodinėjimo pareigos yra susijęs su situacija, kai VSBIR netaikomas, o įmonė atskiru atveju remiasi 101 straipsnio 3 dalimi. Tokiu atveju įmonė pagal Reglamento 1/2003 2 straipsnį privalo įrodyti, kad įvykdytos visos keturios 101 straipsnio 3 dalies sąlygos. Šiuo tikslu ji turi pagrįsti savo teiginius; žr. pavyzdžiui, Komisijos sprendimą byloje AT.39226 *Lundbeck*, patvirtintą teismo sprendimais *Lundbeck / Komisija*, T-472/13, EU:T:2016:449, ir *Lundbeck / Komisija*, C-591/16 P.

¹⁰⁶ Komisija pasinaudojo savo įgaliojimais atšaukti vieno iš ankstesnių bendrosios išimties reglamentų taikymą priimdama 1992 m. kovo 25 d. (laikinosios apsaugos priemonės) ir 1992 m. gruodžio 23 d. Komisijos sprendimus dėl procedūros pagal EEB sutarties 85 straipsnį byloje IV/34.072 – *Mars / Langnese ir Schöller*, kuris patvirtintas teismo sprendimu *Langnese-Iglo / Komisija*, C-279/95 P, EU:C:1998:447, ir priimdama 1991 m. gruodžio 4 d. (laikinosios apsaugos priemonės) ir 1991 m. gruodžio 4 d. Komisijos sprendimus dėl procedūros pagal EEB sutarties 85 straipsnį byloje IV/33.157 – *Eco System / Peugeot*.

tam tikrų tokių prekių ar paslaugų platinimo būdų atžvilgiu. Norint apskaičiuoti 50 % rinkos aprėpties koeficientą, turi būti atsižvelgiama į kiekvieną vertikalųjų susitarimų, kuriuose numatyta apribojimų, tinklą arba į apribojimų derinį, kuris rinkai daro panašų poveikį. Tačiau pagal VSBIR 6 straipsnį Komisija neprivalo imtis veiksmų, kai viršijamas 50 % rinkos aprėpties koeficientas.

- (253) Pagal VSBIR 6 straipsnį priimto reglamento poveikis yra tas, kad VSBIR nebegalima taikyti apribojimams ir atitinkamoms rinkoms, todėl 101 straipsnio 1 ir 3 dalys taikomos visa apimtimi.
- (254) Kiekviename reglamente, nurodytame VSBIR 6 straipsnyje, turi būti aiškiai nustatyta taikymo sritis. Todėl Komisija pirma turi nustatyti atitinkamą (-as) produkto ir geografinę (-es) rinką (-as) ir, antra, kuriam vertikaliam apribojimui nebebus taikomas VSBIR. Pastaruoju aspektu Komisija gali moduluoti reglamento taikymo sritį, atsižvelgdama į konkurencijos problemą, kurią ji ketina spręsti. Pavyzdžiui, nors nustatant 50 % rinkos dalį gali būti atsižvelgiama į visus įsipareigojimo pirkti iš vieno tiekėjo susitarimų lygiagrečius tinklus, Komisija vis tiek gali nustatyti, kad pagal VSBIR 6 straipsnį priimtas reglamentas būtų taikomas tik įsipareigojimams nekonkuruoti, kurių trukmė viršija tam tikrą laikotarpį. Taigi jis gali būti netaikomas trumpesnio laikotarpio ar mažiau ribojantiems susitarimams, atsižvelgiant į tai, kad tokiais apribojimais mažiau ribojamos konkurencinės galimybės. Analogiškai, jeigu tam tikroje rinkoje įmonės derina pasirinktinį platinimą su papildomais apribojimais, pavyzdžiui, įsipareigojimais nekonkuruoti arba reikalavimu pirkti tam tikrą kiekį, pagal VSBIR 6 straipsnį priimtas reglamentas gali būti taikomas tik tokiems papildomiems apribojimams. Prireikus Komisija taip pat gali nustatyti rinkos dalies dydį, kuris, atsižvelgiant į konkrečią rinką, gali būti laikomas nepakankamu, kad atskira įmonė galėtų svariai prisidėti prie kumulatyvaus poveikio.
- (255) Įgaliojimų suteikimo reglamento 1a straipsnyje nustatyta, kad pagal VSBIR 6 straipsnį priimtame reglamente turi būti numatytas ne trumpesnis kaip šešių mėnesių pereinamasis laikotarpis, kol jis bus pradėtas taikyti. Šis laikotarpis skirtas sudaryti sąlygas atitinkamoms įmonėms atitinkamai pritaikyti savo vertikaliuosius susitarimus.
- (256) Reglamentas, priimtas pagal VSBIR 6 straipsnį, neturės įtakos atitinkamiems susitarimams taikomai išimčiai iki jo taikymo pradžios dienos.

8. ĮGYVENDINIMO POLITIKA ATSKIRAIS ATVEJAIS

8.1. Analizės struktūra

- (257) Kai VSBIR nustatyta apsaugos taisyklė netaikoma vertikaliam susitarimui, svarbu išanalizuoti, ar konkrečiu atveju vertikalusis susitarimas patenka į 101 straipsnio 1 dalies taikymo sritį ir, jei taip, ar tenkinamos 101 straipsnio 3 dalyje nustatytos sąlygos. Jei juose nėra konkurencijos apribojimų dėl tikslo ir visų pirma pagrindinių konkurencijos apribojimų, nedaroma prielaida, kad vertikalieji susitarimai, kuriems netaikomas VSBIR, nes viršijamos rinkos dalies ribos, patenka į 101 straipsnio 1 dalies taikymo sritį arba neatitinka 101 straipsnio 3 dalies sąlygų. Tokiems susitarimams reikalingas individualus vertinimas. Susitarimai, kuriais neribojama konkurencija, kaip apibrėžta 101 straipsnio 1 dalyje, arba kurie atitinka 101 straipsnio 3 dalyje nustatytas sąlygas, galioja ir yra vykdytini.
- (258) Remiantis Reglamento 1/2003 1 straipsnio 2 dalimi, įmonės, norėdamos pasinaudoti individualiaja išimtimi pagal 101 straipsnio 3 dalį, neprivalo pranešti apie vertikalųjį

susitarimą. Kai Komisija nagrinėja atskirą atvejį, jai tenka pareiga įrodyti, kad nagrinėjamu susitarimu pažeidžiama 101 straipsnio 1 dalis. Įmonės, kurios siekia pasinaudoti 101 straipsnio 3 dalimi, turi įrodyti, kad jos atitinka toje dalyje nustatytas sąlygas. Kai yra įrodomas tikėtinas antikonkurencinis poveikis, prieš Komisijai priimant sprendimą, ar susitarimas atitinka 101 straipsnio 3 dalies sąlygas, įmonės gali pasitelkti veiksmingumo argumentą ir paaiškinti, kodėl tikėtina, kad tam tikra platinimo sistema būtina siekiant suteikti vartotojams naudos nepanaikinant konkurencijos.

- (259) Vertinimas, ar vertikalioju susitarimu ribojama konkurencija, bus atliekamas lyginant padėtį atitinkamoje rinkoje, kurioje galioja vertikalieji apribojimai, su padėtimi, kuri vyrautų, jeigu vertikaliojame susitarime nebūtų numatyta vertikaliojų apribojimų. Vertindama atskirus atvejus Komisija prireikus atsižvelgs ir į faktinį, ir į galimą poveikį. Kad vertikalieji susitarimai savo poveikiu ribotų konkurenciją, faktinei arba potencialiai konkurencijai jie turi daryti tokį poveikį, kad egzistuočių gana didelė tikimybė, jog atitinkamoje rinkoje bus neigiamai veikiamos kainos, gamybos apimtys, naujovių diegimas arba prekių ar paslaugų asortimentas arba kokybė. Tikėtinas neigiamas poveikis konkurencijai turi būti reikšmingas¹⁰⁷. Tikėtina, kad reikšmingas neigiamas poveikis konkurencijai atsiranda tuo atveju, kai bent viena iš susitarimo šalių turi arba įgyja tam tikrą įtaką rinkoje, o susitarimu tą įtaką rinkoje padedama sukurti, išlaikyti arba sustiprinti, arba susitarimo šalims suteikiama galimybių ją pasinaudoti. Įtaka rinkoje yra galimybė gana ilgą laikotarpį išlaikyti didesnes nei konkurentų kainas arba mažesnę nei konkurentų kiekybinę produktų gamybos apimtį, produktų kokybę ir asortimentą ar žemesnę nei konkurentų naujovių diegimo lygį. Įtakos rinkoje lygis, kurio paprastai reikia, kad būtų nustatytas 101 straipsnio 1 dalies nuostatų pažeidimas, yra žemesnis už įtakos rinkoje lygį, kuris reikalingas, kad būtų nustatytas dominavimas pagal 102 straipsnį.

8.1.1. Svarbūs pagal 101 straipsnio 1 dalį atliekamo vertinimo veiksniai

- (260) Vertindama atskirus įmonių, kurių rinkos dalys viršija 30 % ribą, vertikaliosius susitarimus, Komisija atliks išsamią konkurencijos analizę. Svarbiausi vertinimo, ar vertikalūs susitarimai reikšmingai riboja konkurenciją pagal 101 straipsnio 1 dalį, veiksniai yra šie:
- (a) susitarimo pobūdis;
 - (b) šalių padėtis rinkoje;
 - (c) konkurentų padėtis rinkoje (pradinės ir galutinės grandies);
 - (d) sutarties prekių ar paslaugų pirkėjų padėtis rinkoje;
 - (e) ribojamos prekybos lygis;
 - (f) produkto pobūdis ir
 - (g) rinkos dinamika.
- (261) Taip pat gali būti atsižvelgiama į kitus veiksnius, priklausomai nuo jų svarbos vertinant atitinkamą vertikaliojį susitarimą.
- (262) Atskirų veiksmų svarba gali skirtis priklausomai nuo konkrečių aplinkybių. Pavyzdžiui, didelė šalių rinkos dalis paprastai yra tinkamas įtakos rinkoje nustatymo

¹⁰⁷ Žr. šių gairių 3.1 skirsnį.

rodiklis, tačiau esant mažoms kliūtims patekti į rinką įtaką rinkoje gali pakankamai riboti esamas arba galimas naujas rinkos dalyvis. Todėl neįmanoma nustatyti griežtų taisyklių, kokia svarba tenka atskiriems veiksniams.

- (263) Vertikalieji susitarimai gali būti įvairios struktūros ir pavidalo. Todėl svarbu išanalizuoti susitarimo pobūdį, atsižvelgiant į susitarime numatytus apribojimus, tų apribojimų trukmę ir bendro pardavimo (galutinės grandies) rinkoje, kurios atžvilgiu taikomi apribojimai, procentą. Gali prireikti vertinti ne tik susitarime tiesiogiai nustatytas sąlygas. Tai, kad egzistuoja netiesioginiai apribojimai, galima suprasti iš to, kaip šalys įgyvendina susitarimą ir su kokiomis paskatomis susiduria.
- (264) Iš šalių padėties rinkoje galima spręsti, kokią įtaką rinkoje, jei tokia yra, turi tiekėjas, pirkėjas arba šios abi šalys. Kuo didesnė jų rinkos dalis, tuo didesnę įtaką rinkoje jie gali turėti. Taip yra visų pirma tais atvejais, kai rinkos dalies dydis priklauso nuo sąnaudų pranašumo arba kitų konkurencinių pranašumų prieš konkurentus. Tokie konkurenciniai pranašumai gali atsirasti, pavyzdžiui, dėl to, kad konkurentas rinkoje turi pradininko pranašumą (užima geriausią vietą ir pan.), turi svarbius patentus arba pažangiausias technologijas, pirmauja pagal prekių ženklus arba turi geresnį produktų portfelį. Produktų diferenciacijos mastas taip pat gali būti svarbus įtakos rinkoje buvimo rodiklis.
- (265) Taip pat svarbu konkurentų padėtis rinkoje. Kuo stipresnė konkurentų konkurencinė padėtis ir kuo jų daugiau, tuo mažesnė rizika, kad šalys sugebės vienos pačios pasinaudoti įtaka rinkoje ir riboti konkurencines galimybes ar mažinti konkurenciją. Taip pat svarbu išnagrinėti, ar esama veiksmingų ir laiku įgyvendinamų atsakomųjų strategijų, kuriomis konkurentai greičiausiai pasinaudotų. Tačiau jei įmonių skaičius rinkoje yra gana nedidelis ir jų padėtis rinkoje (pvz., pagal dydį, sąnaudas ir mokslinių tyrimų ir plėtros potencialas) yra panaši, vertikalieji apribojimai gali padidinti slaptų susitarimų pavojų. Iš rinkos dalių svyravimo arba sparčių pokyčių paprastai galima spręsti, kad vyksta intensyvi konkurencija.
- (266) Iš šalių galutinės grandies klientų padėties rinkoje galima spręsti, ar vienas arba keli pirkėjai turi pirkėjo galią. Pirmasis pirkėjo galios rodiklis – kliento rinkos dalis pirkimo rinkoje. Ši dalis atspindi, kokią reikšmę galimiems tiekėjams turės kliento paklausa. Kiti rodikliai yra susiję su pirkėjo padėtimi perpardavimo rinkoje, kurioje jis vykdo veiklą, įskaitant tokius požymius, kaip antai platus jam priklausančių prekybos punktų geografinis pasiskirstymas, jo prekių ženklai, įskaitant savus prekių ženklus, ir jų įvaizdis, susidarytas galutinių vartotojų. Tam tikromis aplinkybėmis pirkėjo galia gali apsaugoti nuo žalos vartotojams, kurią kitu atveju galėtų daryti konkurenciją ribojantis vertikalusis susitarimas. Taip yra visų pirma tuo atveju, kai tvirtą padėtį užimantys klientai turi galimybių ir akstiną siekti, kad, vykstant nedideliu, bet nuolatiniam santykinų kainų didėjimui, į rinką patektų nauji tiekėjai.
- (267) Patekimo į rinką kliūtys vertinamos pagal tai, kiek tai rinkai priklausančios įmonės, nepritraukdamos naujo rinkos dalyvio, gali kelti savo kainas virš konkurencinio lygio. Apskritai galima vertinti, kad kliūtys patekti į rinką yra nedidelės, kai tikėtina, kad dėl veiksmingo ir tikėtino naujo rinkos dalyvio rinkoje įsitvirtinusios įmonės vienus ar dvejus metus negalės pasinaudoti įtaka rinkoje ar jų įtaka rinkoje sumažės. Kliūtys patekti į rinką gali atsirasti dėl įvairių veiksnių, pavyzdžiui, masto ir įvairovės ekonomijos (įskaitant daugiašalių įmonių tinklo poveikį), valdžios norminių teisės aktų (ypač kai jais nustatomos išimtinės teisės), valstybės pagalbos, importo tarifų, intelektinės nuosavybės teisių, išteklių nuosavybės, kai pasiūla yra ribota (pvz., dėl gamtinių išteklių ribotumo), esminės infrastruktūros, pradininko

pranašumo ir aktyvia tam tikrą laiką vykdyta reklama pasiekto vartotojų lojalumo prekių ženklui. Klausimas, ar kai kurie iš šių veiksnių turėtų būti apibūdinami kaip kliūtys patekti į rinką, visų pirma priklauso nuo to, ar jie susiję su negrįžtamosiomis sąnaudomis. Negrįžtamosios sąnaudos – tai sąnaudos, patiriamos siekiant patekti į rinką arba veikti joje, kurios pasitraukiant iš rinkos lieka nepadengtos. Reklamos, skirtos vartotojų lojalumui pasiekti, sąnaudos paprastai yra negrįžtamosios sąnaudos, nebent rinką paliekanti įmonė galėtų savo prekių ženklą parduoti arba kaip nors kitaip jį panaudoti nepatirdama nuostolių. Kai negrįžtamosios patekimo į rinką sąnaudos yra didelės, nuo patekimo į rinką gali atgrasyti aršios rinkoje įsitvirtinusių įmonių konkurencijos grėsmė, nes potencialūs rinkos dalyviai negali pateisinti rizikos prarasti negrįžtamas investicijas. Kliūtys patekti į rinką gali būti tik tiekėjų, tik pirkėjų arba abiem lygiais.

- (268) Kadangi paprastai patekimui į rinką reikia bent jau tam tikrų negrįžtamųjų sąnaudų, faktinė konkurencija paprastai yra veiksmingesnė ir vertinant atskirus atvejus yra svarbesnė nei potenciali konkurencija.
- (269) Vertikalieji apribojimai ir vertikalioji integracija gali taip pat būti kliūtys patekti į rinką, dėl kurių patekimas yra sunkesnis ir ribojamos (potencialių) konkurentų konkurencinės galimybės. Pavyzdžiui, dėl įsipareigojimo nekonkuruoti, kuriuo platintojai susiejami su tiekėju, gali būti labai apribotos konkurencinės galimybės, jei kurdamas savo platintojų tinklą potencialus rinkos dalyvis patirs negrįžtamųjų sąnaudų.
- (270) Nustatant prekybos lygį, skiriamos tarpinės ir galutinės prekės ar paslaugos. Tarpinės prekės ar paslaugos parduodamos įmonėms kaip ištekčiai kitoms prekėms gaminti arba paslaugoms teikti ir paprastai neatpažįstamos galutinių prekių arba paslaugų sudėtyje. Tarpinių prekių ar paslaugų pirkėjai paprastai yra gerai informuoti klientai, galintys įvertinti kokybę, todėl jie mažiau vadovaujasi prekių ženklu ir įvaizdžiu. Galutinės prekės ar paslaugos yra tiesiogiai arba netiesiogiai parduodamos galutiniams vartotojams, kuriems prekių ženklas arba įvaizdis dažnai daro didesnę įtaką.
- (271) Produkto pobūdis yra ypač svarbus galutinėms prekėms ar paslaugoms, kai vertinamas tiek galimas neigiamas, tiek galimas teigiamas poveikis. Vertinant galimą neigiamą poveikį svarbu, ar atitinkamoje rinkoje parduodamos prekės ar paslaugos yra labiau vienašios, ar diferencijuoti, ar produktas yra brangus ir jam įsigyti išleidžiama didelė vartotojų biudžeto dalis, ar yra nebrangus, ir ar produktas yra perkamas vieną kartą, ar kelis kartus.
- (272) Kiekvienu konkrečiu atveju reikia atidžiai įvertinti rinkos dinamiką. Kai kuriose dinamiškose rinkose galimas neigiamas tam tikrų vertikalųjų apribojimų poveikis gali nekelti problemų, nes dinamiškų ir novatoriškų konkurentų skirtingų prekių ženklų prekių konkurencija yra pakankamas apribojimas, tačiau kitais atvejais vertikalieji apribojimai dinamiškoje rinkoje įsitvirtinusiui rinkos dalyviui gali suteikti ilgalaikį konkurencinį pranašumą ir taip daryti ilgalaikį poveikį konkurencijai. Taip gali būti tuo atveju, kai vertikalusis apribojimas atima iš konkurentų galimybę pasinaudoti tinklo poveikiu arba kai rinka yra linkusi pakrypti.
- (273) Vertinant tam tikrą vertikalųjį apribojimą pagal 101 straipsnį, gali reikėti atsižvelgti ir į kitus veiksnius. Tai gali būti kumuliatyvus poveikis, atsirandantis dėl panašių kitų tiekėjų susitarimų rinkoje, ar susitarimas būtų „primestas“, kai apribojimai ar įsipareigojimai taikomi daugiausia vienai susitarimo šaliai, ar „sutartas“, kai abi susitarimo šalys sutinka su apribojimais ar įsipareigojimais, reguliavimo aplinka ir

elgesys, kuris gali rodyti ar sudaryti palankesnes sąlygas slaptam susitarimui, pavyzdžiui, kainų diktavimas, kainų keitimas iš anksto pranešus ir diskusijos dėl kainų, kainų nelankstumas dėl perteklinių pajėgumų, kainų diskriminacija ir ankstesni slapti susitarimai.

8.1.2. *Svarbūs pagal 101 straipsnio 3 dalį atliekamo vertinimo veiksniai*

- (274) Ribojantys vertikalieji susitarimai taip pat gali turėti teigiamą poveikį konkurencijai, nes jais skatinamas veiksmingumas, o tai gali nusverti neigiamą jų antikonkurencinį poveikį. Toks vertinimas atliekamas pagal 101 straipsnio 3 dalį, kurioje numatyta individuali 101 straipsnio 1 dalyje nustatyto draudimo taikymo išimtis. Ta išimtis gali būti taikoma, jeigu vertikalusis susitarimas atitinka šias keturias sąlygas: i) jis turi teikti objektyvią ekonominę naudą, ii) konkurencijos apribojimai turi būti būtini tokiam veiksmingumui pasiekti, iii) vartotojai turi gauti sąžiningą didesnio veiksmingumo dalį ir iv) susitarimu negalima suteikti įmonės galimybės panaikinti didelės atitinkamų prekių ar paslaugų dalies konkurencijos¹⁰⁸.
- (275) Pagal 101 straipsnio 3 dalį vertikalųjų susitarimų vertinimas atliekamas tam tikromis faktinėmis aplinkybėmis, kuriomis jie sudaromi¹⁰⁹, ir remiantis faktais, esančiais tam tikru laiku. Esminiai faktų pasikeitimai turi reikšmės vertinimui. 101 straipsnio 3 dalyje numatyta individuali išimtis taikoma tol, kol tenkinamos visos keturios sąlygos, ir nustoja būti taikoma, kai šios sąlygos nebetenkinamos¹¹⁰. Taikant 101 straipsnio 3 dalį pagal šiuos principus, būtina atsižvelgti į susitarimo šalių investicijas, taip pat reikiamą laikotarpį ir apribojimus, kurių reikia, kad būtų atliktos ir susigrąžintos veiksmingumą skatinančios investicijos.
- (276) Pagal pirmąją 101 straipsnio 3 dalies sąlygą reikalaujama įvertinti, kokią objektyvią veiksmingumo naudą teikia vertikalusis susitarimas. Šiuo atžvilgiu vertikalieji susitarimai dažnai gali padėti siekti veiksmingumo, kaip paaiškinta šių gairių 2.1 skirsnyje, gerinant būdą, kuriuo susitarimo šalys vykdo savo papildančią veiklą.
- (277) Vertindama būtinumo kriterijų, nustatytą 101 straipsnio 3 dalies antroje sąlygoje, Komisija visų pirma analizuos, ar individualiais apribojimais suteikiama galimybė sutarties produktų gamybą, pirkimą ir (arba) pardavimą ar perpardavimą vykdyti veiksmingiau, nei tuo atveju, jei nebūtų atitinkamo apribojimo. Atliekant tokį vertinimą, būtina atsižvelgti į rinkos sąlygas ir aplinkybes, su kuriomis susiduria susitarimo šalys. Įmonės, norinčios pasinaudoti 101 straipsnio 3 dalimi, neprivalo svarstyti hipotetinių ir teorinių alternatyvų. Tačiau jos turi paaiškinti ir įrodyti, kodėl beveik realios ir kur kas mažiau ribojančios alternatyvos būtų ne tokios veiksmingos. Jeigu alternatyvos, kuri komerciniu požiūriu atrodo esanti reali ir mažiau ribojanti, taikymas lemtų reikšmingą veiksmingumo sumažėjimą, aptariamas apribojimas būtų vertinamas kaip būtinas.
- (278) Pagal 101 straipsnio 3 dalies trečią sąlygą reikalaujama, kad vartotojai gautų sąžiningą naudos dalį. Tai reiškia, kad pagal vertikalųjį susitarimą perkamų ir (arba) parduodamų ar perparduodamų prekių ar paslaugų pirkėjams turi būti atlyginamas

¹⁰⁸ Žr. Komisijos komunikatą – pranešimą „Sutarties 81 straipsnio 3 dalies taikymo gairės“ (OL C 101, 2004 4 27, p. 97).

¹⁰⁹ Žr. Sprendimo *Ford*, sujungtos bylos 25/84 ir 26/84, EU:C:1985:340 24 ir 25 punktus.

¹¹⁰ Šiuo klausimu žr., pavyzdžiui, Komisijos sprendimą 1999/242/EB (byla Nr. IV/36.237 – *TPS*) (OL L 90, 1999 4 2, p. 6). Analogiškai 101 straipsnio 1 dalyje numatytas draudimas taikomas tik tol, kol susitarimas turi ribojamąjį tikslą arba poveikį.

bent jau neigiamas susitarimo poveikis¹¹¹. Kitaip tariant, padidėjęs veiksmingumas turi visiškai kompensuoti tikėtiną vertikaliojo susitarimo neigiamą poveikį kainoms, produkcijai ir kitiems svarbiems veiksniams.

- (279) Pagal ketvirtą 101 straipsnio 3 dalies sąlygą reikalaujama, kad vertikaliuoju susitarimu jo šalims nebūtų suteikta galimybė panaikinti didelės atitinkamų prekių ar paslaugų dalies konkurencijos. Todėl reikia atlikti likusio konkurencinio spaudimo rinkoje ir susitarimo poveikio tokiems likusiems konkurencijos šaltiniams analizę. Vertinant atitikimą šiai sąlygai, būtina atsižvelgti į 101 straipsnio 3 dalies ir 102 straipsnio ryšį. Pagal nusistovėjusią teismų praktiką, 101 straipsnio 3 dalies taikymas negali trukdyti taikyti 102 straipsnį¹¹². Be to, kadangi tiek 101, tiek 102 straipsniais siekiama išlaikyti veiksmingą konkurenciją rinkoje, siekiant nuoseklumo 101 straipsnio 3 dalis turėtų būti aiškinama kaip draudžianti šios išimties taikymą konkurenciją ribojantiems vertikaliesiems susitarimams, kuriais piktnaudžiaujama dominuojančia padėtimi¹¹³. Pagal šią sąlygą reikalaujama, kad vertikaliuoju susitarimu nebūtų panaikinta veiksminga konkurencija pašalinant visus ar daugumą esamų faktinės ar galimos konkurencijos šaltinių. Įmonių konkurencija yra pagrindinis veiksnys, skatinantis ekonomikos veiksmingumą, įskaitant dinamišką veiksmingumą, pasireiškiantį naujovėmis. Be šios konkurencijos dominuojanti įmonė nebus pakankamai motyvuota toliau didinti veiksmingumo ir perduoti pažangos kitiems. Ribojantis susitarimas, kuriuo išsaugoma, sukurama arba sustiprinama į monopoliją vis labiau panaši rinkos padėtis, paprastai negali būti pateisinamas veiksmingumo didinimu.

8.2. Konkrečių vertikalųjų apribojimų analizė

- (280) Nors ankstesnėse šių gairių dalyse, ypač šeštojoje dalyje, pateiktos rekomendacijos, kaip vertinti vertikaluosius apribojimus, kurie prilygsta pagrindiniams apribojimams pagal VSBIR 4 straipsnį, neleistiniams apribojimams pagal VSBIR 5 straipsnį ir susijusiems apribojimams, tolesniuose punktuose pateikiamos rekomendacijos dėl kitų konkrečių vertikalųjų apribojimų. Vertikaluosius apribojimus, kurie šiose gairėse konkrečiai neaptarti, Komisija vertins pagal tuos pačius principus, atsižvelgdama į atitinkamus veiksnys, kaip nustatyta šioje aštuntoje gairių dalyje.

8.2.1. Įsipareigojimas pirkti iš vieno tiekėjo

- (281) Į įsipareigojimo pirkti iš vieno tiekėjo kategoriją patenka tie susitarimai, kurių pagrindinis elementas yra aplinkybė, kad pirkėjas įpareigojamas arba skatinimas daugiau savo užsakymų tam tikrai produkto rūšiai teikti vienam tiekėjui. Tas reikalavimas nustatomas kartu su kitais reikalavimais, įtrauktais į pirkėjui taikomas sąlygas dėl nekonkuravimo ir privalomo kiekio pirkimo. Įsipareigojimas nekonkuruoti grindžiamas įsipareigojimu arba skatinimo sistema, pagal kurią pirkėjas verčiamas įsigyti daugiau kaip 80 % jam reikalingų produktų tam tikroje rinkoje tik iš vieno tiekėjo. Tai nereiškia, kad pirkėjas gali tiesiogiai pirkti tik iš tam

¹¹¹ Žr. Komisijos komunikato – pranešimo „Sutarties 81 straipsnio 3 dalies taikymo gairės“ (OL C 101, 2004 4 27, p. 97), 85 punktą.

¹¹² Žr. Sprendimo *Compagnie Maritime Belge*, sujungtos bylos C-395/96 P ir C-396/96 P, EU:C:2000:132, 130 punktą. Analogiškai ir 101 straipsnio 3 dalies taikymas netrukdo taikyti Sutartyje nustatytą laisvo prekių, paslaugų, asmenų ir kapitalo judėjimo taisyklių. Tam tikromis aplinkybėmis šios nuostatos taikomos susitarimams, sprendimams ir suderintiems veiksams, kaip apibrėžta 101 straipsnio 1 dalyje, šiuo klausimu žr. Sprendimą *Wouters*, C-309/99, EU:C:2002:98, 120 punktą.

¹¹³ Šiuo klausimu žr. Sprendimą *Tetra Pak (I)*, T-51/89, EU:T:1990:41. Taip pat žr. Komisijos komunikato – pranešimo „Sutarties 81 straipsnio 3 dalies taikymo gairės“ (OL C 101, 2004 4 27, p. 97) 106 punktą.

tikro tiekėjo, tai reiškia, kad pirkėjas faktiškai negali pirkti ir perparduoti arba gamyboje naudoti konkuruojančių prekių arba paslaugų. Privalomo kiekio nustatymas pirkėjui yra ne toks griežtas įsipareigojimas nekonkuruoti, kai dėl paskatų arba įsipareigojimų, dėl kurių susitaria tiekėjas su pirkėju, pastarasis priverstas pirkti daugiausia iš vieno tiekėjo. Privalomo kiekio nustatymas gali būti taikomas įvairiai, pavyzdžiui, kaip minimalaus pirkimo reikalavimas, atsargų laikymo reikalavimas arba nelineinis kainų nustatymas taikant sąlyginių nuolaidų schemas arba dviejų dalių tarifus (fiksotas mokestis kartu su vieneto kaina). Tikėtina, kad vadinamoji angliška sąlyga, pagal kurią reikalaujama, kad pirkėjas praneštų apie kiekvieną geresnį pasiūlymą, ir tokį pasiūlymą leidžiama priimti tik tuomet, kai tiekėjas tokio pasiūlymo pateikti negali, gali turėti tokį pat poveikį, kaip ir įsipareigojimas pirkti iš vieno tiekėjo, ypač dėl to, kad pirkėjas turi atskleisti, kas pateikia geresnį pasiūlymą.

- (282) Galimas įsipareigojimo pirkti iš vieno tiekėjo pavojus konkurencijai yra toks, kad bus bus trukdoma patekti į rinką konkuruojantiems tiekėjams ir potencialiems tiekėjams, susilpninta konkurencija ir sudarytos palankios sąlygos slaptam tiekėjų susitarimui (kumuliatyvus naudojimas) ir, kai pirkėjas yra mažmenininkas, parduodantis galutiniams vartotojams, pardavimo vietose neliks skirtingų prekių ženklų platintojų konkurencijos. Visi šie trys ribojantys veiksniai turi tiesioginį poveikį skirtingų prekių ženklų platintojų konkurencijai.
- (283) Įsipareigojimui pirkti iš vieno tiekėjo VSBIR taikomas tuo atveju, kai ir tiekėjo, ir pirkėjo rinkos dalis neviršija 30 %, ir jeigu įsipareigojimas nekonkuruoti trunka ne ilgiau kaip penkerius metus. Viršijus rinkos dalies ribą arba viršijus penkerių metų terminą, susitarimams pirkti iš vieno tiekėjo nebetaikoma bendroji išimtis, todėl jie turi būti vertinami individualiai. Likusioje šio skirsnio dalyje pateikiamos atskirų atvejų, kai rinkos dalis yra didesnė arba trukmė ilgesnė nei penkeri metai, vertinimo gairės.
- (284) Galimybė, kad vieno konkretaus tiekėjo taikomas įsipareigojimas pirkti iš vieno tiekėjo gali riboti konkurencines galimybes, pirmiausia atsiranda tada, kai, nesant tų įsipareigojimų, nemenką konkurencinį spaudimą darytų konkurentai, kurių arba dar nėra rinkoje tuo metu, kai atsiranda minėtieji įsipareigojimai, arba jie negali konkuruoti dėl visiško klientų aprūpinimo. Konkurentai gali neturėti galimybių konkuruoti dėl visos individualaus kliento paklausos, nes konkretus tiekėjas yra neišvengiamas prekybos partneris bent jau rinkos paklausos dalies atžvilgiu, pavyzdžiui, todėl, kad jo prekių ženklų pažymėtais produktais tiesiog būtina prekiauti, nes juos renkasi daugelis galutinių vartotojų, arba todėl, kad kitų tiekėjų pajėgumai yra tokie riboti, kad tik toks konkretus tiekėjas gali patenkinti paklausos dalį¹¹⁴. Todėl tiekėjo padėtis rinkoje yra vienas svarbiausių veiksnių vertinant galimą įsipareigojimų pirkti iš vieno tiekėjo antikonkurencinį poveikį.
- (285) Jeigu konkurentai gali vienodomis sąlygomis konkuruoti dėl visos kiekvieno individualaus kliento paklausos, vieno konkretaus tiekėjo taikomi įsipareigojimai pirkti iš konkretaus tiekėjo tikriausiai nepakenks veiksmingai konkurencijai, nebent dėl įsipareigojimų pirkti iš vieno tiekėjo trukmės arba rinkos aprėpties klientams būtų sunku pasirinkti kitą tiekėją. Kuo didesnė tokia rinkos dalis, kurioje taikomas įsipareigojimas pirkti iš vieno tiekėjo ir (arba) kuo ilgiau taikomas įsipareigojimas pirkti iš vieno tiekėjo, tuo didesnė tikimybė, kad bus apribotos konkurencinės

¹¹⁴

Sprendimas *Van den Bergh Foods / Komisija*, T-65/98, EU:T:2003:281, 104 ir 156 punktai.

galimybės. Įsipareigojimai pirkti iš vieno tiekėjo, kurie trunka mažiau nei vienus metus ir kuriuos sudaro nedominuojančios įmonės, paprastai nesukelia reikšmingo antikonkurencinio poveikio arba grynojo neigiamo poveikio. Kai įsipareigojimai pirkti iš vieno tiekėjo, kuriuos prisiėmė nedominuojančios įmonės, trunka nuo vieno iki penkerių metų, paprastai reikia tinkamai palyginti konkurenciją skatinantį ir ribojantį poveikį, o įsipareigojimai pirkti iš vieno tiekėjo, kurie trunka ilgiau nei penkerius metus, daugumos rūšių investicijų atveju nėra laikomi būtinais reikiamam veiksmingumui pasiekti arba jų veiksmingumas yra nepakankamas, kad nusvertų jų ribojamąjį poveikį konkurencinėms galimybėms. Labiau tikėtina, kad įsipareigojimai pirkti iš vieno tiekėjo paskatins konkurencinių galimybių ribojimą tuo atveju, kai juos prisiima dominuojančios įmonės.

- (286) Vertinant tiekėjo įtaką rinkoje svarbi jo konkurentų padėtis rinkoje. Jeigu konkurentų pakankamai daug ir jie stiprūs, reikšmingas antikonkurencinis poveikis nėra tikėtinas. Konkurentų konkurencinių galimybių ribojimas mažai tikėtinas, kai jų padėtis rinkoje panaši ir jie gali pasiūlyti tiek pat patrauklius produktus. Tačiau tokiu atveju gali būti apribotos potencialių rinkos dalyvių konkurencinės galimybės, jei keli pagrindiniai tiekėjai atitinkamoje rinkoje sudaro sutartis, kuriose numatytas įsipareigojimas pirkti iš vieno tiekėjo, su labai daug pirkėjų (situacija, kai pasireiškia kumuliatyvus poveikis). Esant tokiai situacijai susitarimais, kuriuose numatytas įsipareigojimas pirkti iš vieno tiekėjo, taip pat gali būti sudarytos palankesnės sąlygos slaptiems konkuruojančių tiekėjų susitarimams. Jeigu šiems tiekėjams yra individualiai taikomas VSBIR, atšaukti bendrąją išimtį gali būti būtina tam, kad būtų galima panaikinti tokį neigiamą kumuliatyvų poveikį. Jeigu įsipareigojimu susietos rinkos dalis yra mažesnė nei 5 %, paprastai nemanoma, kad ji galėtų svariai prisidėti prie kumuliatyvaus ribojamojo poveikio konkurencinėms galimybėms.
- (287) Tais atvejais, kai didžiausio tiekėjo rinkos dalis yra mažesnė nei 30 %, o penkių didžiausių tiekėjų rinkos dalis yra mažesnė nei 50 %, atskiras arba kumuliatyvus antikonkurencinis poveikis mažiau tikėtinas. Jeigu potencialus rinkos dalyvis negali pelningai patekti į rinką, taip gali būti dėl kitokių veiksnių, o ne dėl įsipareigojimo pirkti iš vieno tiekėjo – pvz., dėl vartotojų teikiamos pirmenybės tam tikriems produktams.
- (288) Kliūtys patekti į rinką – svarbus veiksnys siekiant nustatyti, ar esama antikonkurencinio rinkos apribojimo. Jeigu konkuruojantys tiekėjai savo produktui gali palyginti lengvai sukurti savo integruotą platinimo tinklą arba rasti alternatyvių platintojų, konkurencinių galimybių ribojimas neturėtų būti didelė problema. Tačiau neretai kliūčių patekti į rinką esama tiek gamybos, tiek platinimo lygmeniu.
- (289) Pasipriešinimo galia yra svarbi, nes pajėgūs pirkėjai taip lengvai neatsisakys pirkti konkuruojančių prekių arba paslaugų. Kalbant bendriau, kad klientai būtų įtikinti sutikti pirkti iš vieno tiekėjo, pastarajam gali tekti pirkėjams visiškai ar iš dalies kompensuoti tai, kad dėl išimtinumo nebelieka konkurencijos. Jeigu tokia kompensacija suteikiama, klientas gali turėti savų interesų prisiimti tiekėjo nustatytą įsipareigojimą pirkti iš vieno tiekėjo. Bet būtų neteisinga dėl to daryti išvadą, kad apskritai visi įsipareigojimai pirkti iš vieno tiekėjo yra naudingi tos rinkos klientams ir galutiniams vartotojams. Ypač nepanašu, kad naudos turės visi vartotojai, jeigu vartotojų esama daug, o dėl įsipareigojimų pirkti iš vieno tiekėjo konkuruojančioms įmonėms trukdoma patekti į rinką arba plėstis.
- (290) Galiausiai yra svarbus prekybos lygis. Konkurencinių galimybių ribojimas yra mažiau tikėtinas tarpinio produkto atveju. Kai tarpinio produkto tiekėjas nėra

dominuojantis, konkuruojantys tiekėjai vis dar turi nemažą dalį paklausos, kuri dar yra nepatenkinta. Tačiau žemiau dominavimo lygio kumuliatyvaus poveikio aplinkybėmis gali atsirasti antikonkurencinis ribojamasis poveikis. Tol, kol įsipareigojimu susieta mažiau nei 50 % rinkos, kumuliatyvus antikonkurencinis poveikis mažai tikėtinas.

- (291) Kai susitarimas susijęs su galutinio produkto tiekimu didmeninės prekybos lygmeniu, klausimas, ar gali atsirasti konkurencijos problema, daugiausia priklauso nuo didmeninės prekybos rūšies ir kliūčių patekti į rinką didmeninės prekybos lygmeniu. Nėra realaus konkurencinių galimybių ribojimo pavojaus, jeigu konkuruojantys gamintojai gali lengvai patys sukurti savo didmeninės prekybos sistemą. Ar kliūtys patekti į rinką yra mažos, iš dalies priklauso nuo didmeninės prekybos sistemos, kurią tiekėjas gali veiksmingai sukurti, rūšies. Rinkoje, kurioje didmeninė prekyba gali būti vykdoma veiksmingai parduodant tik susitarime numatytą produktą (pavyzdžiui, ledus), gamintojas yra suinteresuotas sukurti savo didmeninės prekybos sistemą ir nėra tikėtina, kad bus ribojamos jo konkurencinės galimybės toje rinkoje. Priešingai, rinkoje, kurioje veiksmingiau vykdyti visų produktų (pavyzdžiui, šaldytų maisto produktų) didmeninę prekybą, gamintojui, parduodančiam tik vieną produktą, nėra veiksminga kurti savo didmeninės prekybos sistemą. Neturėdamas galimybės naudotis įsitvirtinusių didmenininkų paslaugomis, gamintojas greičiausiai bus išstumtas iš tos rinkos. Tokiu atveju gali atsirasti antikonkurencinis poveikis. Be to, jeigu keletas tiekėjų įsipareigojimais susaisto daugumą esamų didmenininkų, gali atsirasti kumuliatyvus poveikis.
- (292) Apskritai konkurencinių galimybių ribojimas galutinių produktų atžvilgiu labiau tikėtinas mažmeninės prekybos lygmeniu, atsižvelgiant į reikšmingas kliūtis patekti į rinką, kuriomis daugumai gamintojų trukdoma kurti mažmeninės prekybos vietas, skirtas tik jų pačių produktams. Be to, būtent mažmeninės prekybos lygmeniu susitarimai, įpareigojantys pirkti iš vieno tiekėjo, gali lemti skirtingų prekių ženklų platintojų konkurencijos pardavimo vietoje sumažėjimą. Dėl šių priežasčių gali atsirasti reikšmingas antikonkurencinis poveikis galutiniams produktams mažmeninės prekybos lygmeniu, atsižvelgiant į visus kitus atitinkamus veiksnus, jeigu nedominuojantis tiekėjas įsipareigojimu susieja 30 % ir daugiau atitinkamos rinkos. Jeigu įmonė yra dominuojanti, net dėl nedidelės įsipareigojimu susietos rinkos dalies gali atsirasti didelis antikonkurencinis poveikis.
- (293) Mažmeninės prekybos lygmeniu taip pat gali atsirasti kumuliatyvus ribojamasis poveikis konkurencinėms galimybėms. Kai visų tiekėjų rinkos dalys yra mažesnės nei 30 %, kumuliatyvus ribojamasis poveikis konkurencinėms galimybėms nėra tikėtinas, jeigu bendra įsipareigojimu susietos rinkos dalis yra mažesnė nei 40 %, todėl bendrosios išimties atšaukimas nėra tikėtinas. Šis skaičius gali būti didesnis, kai atsižvelgiama į kitus veiksnus, pvz., į konkurentų skaičių, kliūtis patekti į rinką ir pan. Kai ne visų įmonių rinkos dalys yra mažesnės už VSBIR nustatytą ribą, tačiau nė viena jų nėra dominuojanti, kumuliatyvus ribojamasis poveikis konkurencinėms galimybėms nėra tikėtinas, jeigu bendra įsipareigojimu susietos rinkos dalis yra mažesnė nei 30 %.
- (294) Kai pirkėjas veikia patalpose arba žemėje, kurios priklauso tiekėjui arba yra tiekėjo išsinuomos iš trečiosios šalies, nesusijusios su pirkėju, galimybių taikyti veiksmingas priemones, kuriomis būtų išvengta galimo ribojamojo poveikio konkurencinėms galimybėms, nebus daug. Tokiu atveju Komisijos įsikišimas mažai tikėtinas, kol nepasiekta dominuojančio lygio.

- (295) Tam tikruose sektoriuose gali būti sunku vienoje vietoje prekiauti daugiau kaip vieno prekių ženklo produktais, tokiu atveju konkurencinių galimybių ribojimo problemą galima veiksmingiau spręsti apribojant galiojančių sutarčių trukmę.
- (296) Kai nustatomas reikšmingas antikonkurencinis poveikis, kyla galimos išimties pagal 101 straipsnio 3 dalį taikymo klausimas. Įsipareigojimų nekonkuruoti atveju gali būti itin svarbūs veiksmingumo klausimai, apibūdinti šių gairių 14 punkto b papunktyje (tiekėjų pasinaudojimo kito paslaugomis problema), e, f papunkčiuose (sulaikymo problemos) ir i papunktyje (kapitalo rinkos trūkumai).
- (297) Esant veiksmingumui, kaip apibūdinta šių gairių 14 punkto b, e ir i papunkčiuose, privalomo kiekio nustatymas pirkėjui tikriausiai būtų mažiau ribojanti alternatyva. Įsipareigojimas nekonkuruoti gali būti vienintelis efektyvus būdas veiksmingumui pasiekti, kaip tai apibūdinta šių gairių 14 punkto f papunktyje (sulaikymo problema, susijusi su praktinės patirties perdavimu).
- (298) Jeigu tiekėjas vykdo su santykiškai susijusias investicijas (žr. šių gairių 14 punkto e papunktį), susitarimas nekonkuruoti arba privalomo kiekio nustatymas investicijų nuvertėjimo laikotarpiui paprastai atitinka 101 straipsnio 3 dalies sąlygas. Jeigu tokios su santykiškai susijusios investicijos yra didelės, gali būti pateisinamas įsipareigojimas nekonkuruoti, trunkantis ilgiau nei penkerius metus. Su santykiškai susijusios investicijos galėtų būti, pavyzdžiui, tiekėjo montuojama arba pritaikoma įranga, kai ši įranga po to gali būti panaudota tik tam tikram pirkėjui skirtiems komponentams gaminti. Bendros paskirties arba su rinka susijusios investicijos į (papildomus) pajėgumus paprastai nėra laikomos su santykiškai susijusiomis investicijomis. Tačiau, kai tiekėjas sukuria naujus pajėgumus, pritaikytus konkrečiam pirkėjo veiklai, pavyzdžiui, kai įmonė, gaminanti metalines skardines, sukuria naujus pajėgumus skardinėms gaminti patalpose, kurios priklauso maisto gamintojo konservavimo bazei arba yra šalia jos, šie nauji pajėgumai gali būti ekonomiškai gyvybingi tik tuomet, kai gaminama tam konkrečiam pirkėjui, todėl tokios investicijos būtų laikomos susijusiomis su santykiškai.
- (299) Kai tiekėjas suteikia pirkėjui paskolą arba aprūpina įranga, kuri nėra susijusi su jų santykiškai, to paprastai nepakanka, kad būtų pateisinama antikonkurencinio ribojamojo poveikio rinkoje išimtis. Kapitalo rinkos trūkumų atveju veiksmingumas gali būti didesnis, kai paskolą suteikia ne bankas, o produkto tiekėjas (žr. šių gairių 14 punkto i papunktį). Tačiau tokiu atveju paskola turėtų būti teikiama nustatant kuo mažiau apribojimų, o pirkėjui neturėtų būti užkirstas kelias nutraukti įsipareigojimą ir grąžinti nesumokėtos skolos dalį bet kuriuo metu ir be jokių baudų.
- (300) Svarbios praktinės patirties perdavimu (šių gairių 14 punkto f papunktis) paprastai pateisinamas įsipareigojimas nekonkuruoti per visą tiekimo susitarimo laikotarpį, pavyzdžiui, franšizės atveju.
- (301) Įsipareigojimo nekonkuruoti pavyzdys

Nacionalinės impulsyviai perkamo plataus vartojimo produkto rinkos lyderis, valdantis 40 % rinkos, daugumą savo produktų (90 %) parduoda per įsipareigojimu susiaistytus mažmenininkus (susietos rinkos dalis – 36 %). Susitarimais mažmenininkai įpareigojami mažiausiai ketverius metus pirkti tik iš rinkos lyderio. Rinkos lyderiui ypač gerai atstovaujama tankiau apgyvendintose teritorijose, pvz., sostinėje. Jo konkurentai, kurių yra 10 ir kurių keletas yra tik vietinės reikšmės, valdo kur kas mažesnes rinkos dalis (didžiausia dalis – 12 %). Šie 10 konkurentų drauge vykdo tiekimą kitiems 10 % rinkos per įsipareigojimu susiaistytus prekybos

taškus. Rinka pasižymi didele prekių ženklų ir produktų diferenciacija. Rinkos lyderiui priklauso stipriausi prekių ženklai. Jis vienintelis nuolat vykdo nacionalines reklamos kampanijas. Savo susaistytus mažmenininkus jis aprūpina specialia savo produktų saugojimo įranga.

Todėl rinkoje susiklostė tokia padėtis, kad iš viso 46 % (36 % ir dar 10 %) rinkoje yra ribojamos naujų potencialių rinkos dalyvių ir jau veikiančių rinkos dalyvių, neturinčių įsipareigojimu susaistytų prekybos taškų, konkurencinės galimybės. Potencialiems rinkos dalyviams dar sunkiau patekti į rinką tankiau apgyvendintose teritorijose, kur konkurencinės galimybės ribojamos dar labiau, nors būtent į šią rinką jie labiausiai norėtų patekti. Be to, dėl didelės prekių ženklų ir produktų diferenciacijos bei didelių paieškos sąnaudų, palyginti su produktų kainomis, dėl skirtingų prekių ženklų produktų konkurencijos nebuvimo pardavimo vietose padaroma dar daugiau žalos vartotojų gerovei. Galimas išimtinių prekybos taškų veiksmingumas, kuris, pasak rinkos lyderio, atsiranda dėl mažesnių transporto išlaidų ir galimos sulaikymo problemos, susijusios su produktų saugojimo įranga, yra ribotas ir nenusveria neigiamo poveikio konkurencijai. Veiksmingumas yra nedidelis, nes transporto išlaidos susijusios su kiekiais, o ne su išimtinumu, o produktų saugojimo įranga nėra susijusi su specialia praktine patirtimi ir nėra specialiai skirta tam tikro prekių ženklo prekėms. Todėl mažai tikėtina, kad tenkinamos 101 straipsnio 3 dalies sąlygos.

(302) Įsipareigojimo pirkti nustatytą kiekį pavyzdys

Gamintojas X, kuriam priklauso 40 % rinkos, 80 % savo produktų parduoda pagal sutartis, kuriose nurodyta, kad perpardavėjas privalo pirkti bent 75 % visų jam reikalingų šių produktų iš gamintojo X. Savo ruožtu, gamintojas X palankiomis sąlygomis siūlo finansavimą ir įrangą. Sutarčių trukmė – penkeri metai, per kuriuos numatytas paskolos grąžinimas lygiomis dalimis. Tačiau po pirmųjų dvejų metų pirkėjai turi galimybę nutraukti sutartį, apie nutraukimą pranešdami prieš šešis mėnesius, jeigu jie sumoka likusią paskolos dalį ir perima įrangą jos rinkos verte. Penkerių metų laikotarpio pabaigoje įrangą tampa pirkėjo nuosavybe. Dauguma konkuruojančių gamintojų yra smulkūs (iš viso jų yra dvylika, didžiausias jų valdo 20 % rinkos) ir yra sudarę panašias įvairios trukmės sutartis. Gamintojai, kurių rinkos dalis mažesnė nei 10 %, dažnai sudaro ilgesnės trukmės sutartis su mažiau palankiomis sutarties nutraukimo sąlygomis. Pagal gamintojo X sutartis leidžiama 25 % reikalingų produktų įsigyti iš konkurentų. Per paskutiniuosius trejus metus į rinką atėjo du nauji gamintojai ir kartu užėmė apie 8 % rinkos, iš dalies perimdami daugelio perpardavėjų paskolas mainais už sutartis su šiais perpardavėjais.

Gamintojo X įsipareigojimu susieta rinkos dalis – 24 % ($0,75 \times 0,80 \times 40\%$). Kitų gamintojų susietos rinkos dalis sudaro apie 25 %, todėl iš viso apie 49 % rinkos potencialiems naujiems rinkos dalyviams ir rinkos senbuviams, neturintiems susijusių prekybos taškų, mažiausiai pirmus dvejus tiekimo sutarties metus yra uždaryta. Iš padėties rinkoje matyti, kad perpardavėjai neretai sunkiai gauna bankų paskolas ir paprastai yra per maži, kad įsigytų kapitalo kitais būdais, pvz., išleisdami akcijų. Be to, gamintojas X gali įrodyti, kad dėl savo pardavimų koncentravimo nedaugeliui perpardavėjų jis gali geriau planuoti pardavimą ir sutaupyti transporto išlaidų. Atsižvelgiant į veiksmingumą ir į tai, kad nesusaistytų pardavimų dalis pagal gamintojo X sutartis sudaro 25 %, į realią galimybę anksti nutraukti sutartį ir į tai, kad pastaruoju metu į rinką pateko nauji gamintojai, bei į tai, kad apie pusę

perpardavėjų nėra susaistyti, 75 % privalomo kiekio nustatymas, kurį taiko gamintojas X, galėtų tenkinti 101 straipsnio 3 dalies sąlygas.

8.2.2. Išimtinis tiekimas

- (303) Išimtinis tiekimas reiškia, kad tiekėjas yra įpareigojamas arba skatinamas sutarties produktus parduoti tik vienam arba beveik tik vienam pirkėjui bendrajam ar konkrečiam naudojimui. Tokie apribojimai gali būti taikomi nustatant išimtinio tiekimo įpareigojimą, kuriuo tiekėjas įpareigojamas parduoti tik vienam pirkėjui, kuris perka siekdamas perparduoti ar konkrečiai naudoti, bet tai gali būti daroma ir, pavyzdžiui, nustatant tiekėjui privalomą įsigyti kiekį, jei tiekėjas ir pirkėjas susitaria dėl paskatų, dėl kurių tiekėjas iš esmės parduoda tik šiam pirkėjui. Prekybos tarpinėmis prekėmis arba paslaugomis atveju išimtinis tiekimas dažnai vadinamas pramoniniu tiekimu.
- (304) Išimtiniam tiekimui taikoma išimtis pagal VSBIR, kai ir tiekėjo, ir pirkėjo rinkos dalis neviršija 30 %, net jei jis yra derinamas su kitais nepagrindiniais vertikaliais apribojimais, pavyzdžiui, įsipareigojimu nekonkuruoti. Likusioje šio skirsnio dalyje pateikiamos atskirų atvejų, kai rinkos dalis viršija nustatytą ribinį dydį, išimtinio tiekimo vertinimo gairės.
- (305) Išimtinio tiekimo atveju pagrindinis pavojus konkurencijai yra rinkos antikonkurencinis apribojimas kitiems pirkėjams. Tai panašu į galimą išimtinio platinimo poveikį, ypač kai išimtinis platintojas tampa visos rinkos išimtinis pirkėju (visų pirma žr. šių gairių 113 punktą). Pirkėjo, esančio pradinės grandies pirkimo rinkoje, rinkos dalis yra akivaizdžiai svarbi vertinant pirkėjo gebėjimą taikyti išimtinį tiekimą, kuris neleidžia kitiems pirkėjams įsigyti reikiamų prekių. Tačiau pirkėjo svarba galutinės grandies rinkoje yra svarbiausias veiksnys nustatant, ar gali kilti konkurencijos problema. Jeigu pirkėjas neturi įtakos galutinės grandies rinkoje, tuomet negalima tikėtis reikšmingo neigiamo poveikio vartotojams. Neigiamas poveikis gali būti tikėtinas, kai pirkėjo rinkos dalis viršija 30 % tiek galutinės grandies tiekimo rinkoje, tiek pradinės grandies pirkimo rinkoje. Jeigu pradinės grandies rinkoje pirkėjo rinkos dalis neviršija 30 %, vis tiek gali pasireikšti reikšmingas ribojamasis poveikis konkurencinėms galimybėms, kai pirkėjo rinkos dalis jo galutinės grandies rinkoje viršija 30 %, o išimtinis tiekimas yra susijęs su konkrečiu sutarties produktų naudojimu. Kai įmonė dominuoja galutinės grandies rinkoje, bet koks įpareigojimas tiekti produktus tikrai dominuojančiam pirkėjui arba daugiausia jam gali turėti reikšmingą poveikį konkurencijai.
- (306) Svarbu yra ne tik pirkėjo padėtis pradinės ir galutinės grandies rinkose, bet ir tai, kiek ir kokiam laikotarpiui yra taikomas išimtinio tiekimo įpareigojimas. Kuo didesnė susieto tiekimo dalis ir ilgesnė išimtinio tiekimo trukmė, tuo ribojamasis poveikis konkurencinėms galimybėms gali būti reikšmingesnis. Nedominuojančių įmonių sudaryti išimtinio tiekimo susitarimai, kurių trukmė trumpesnė nei penkeri metai, paprastai turi būti vertinami palyginant konkurenciją skatinantį ir konkurenciją ribojantį poveikį, o ilgesnės nei penkerių metų trukmės susitarimai daugumos rūšių investicijų atveju nėra laikomi būtinais reikiamam veiksmingumui pasiekti arba jų veiksmingumas yra nepakankamas, kad nusvertų tokių ilgalaikių išimtinio tiekimo susitarimų ribojamąjį poveikį konkurencinėms galimybėms.
- (307) Konkuruojančių pirkėjų rinkos padėtis pradinės grandies rinkoje taip pat yra svarbi, nes tikėtina, kad pirkėjų konkurencinės galimybės rinkoje bus ribojamos išimtinio tiekimo susitarimu dėl antikonkurencinių priežasčių, t. y. padidės jų išlaidos, ypač jei jie yra daug mažesni už pirkėją, kuris riboja jų galimybes. Konkuruojančių pirkėjų

konkurencinių galimybių ribojimas nėra labai tikėtinas, kai šių konkurentų ir perkančiosios susitarimo šalies perkamoji galia yra panaši ir jie gali pasiūlyti panašias pardavimo galimybes. Tokiu atveju gali būti ribojamos tik naujų potencialių rinkos dalyvių konkurencinės galimybės, nes jie gali nesugebėti įsigyti reikiamų atsargų, kai daugelis didžiųjų pirkėjų sudaro išimtinio tiekimo sutartis su dauguma tiekėjų rinkoje. Toks kumuliatyvus poveikis gali lemti VSBIR taikymo atšaukimą.

- (308) Patekimo į rinką kliūtys tiekėjų lygiu, taip pat jų dydis, yra svarbu nustatant, ar konkurencinės galimybės yra realiai ribojamos. Jei konkuruojantiems pirkėjams yra tinkama patiems tiekti prekes ir paslaugas vertikaliai integruojantis į pradinės grandies rinką, mažai tikėtina, kad konkurencinės galimybės bus ribojamos realiai. Tačiau dažnai yra didelių kliūčių patekti į rinką.
- (309) Taip pat reiktų atsižvelgti į tiekėjų pasipriešinimo galią, nes svarbūs tiekėjai lengvai nesileis, kad vienas pirkėjas juos atskirtų nuo alternatyvių pirkėjų. Todėl konkurencinių galimybių ribojimo pavojus paprastai atsiranda tuo atveju, kai yra silpni tiekėjai ir stiprūs pirkėjai. Jeigu tiekėjai stiprūs, išimtinis tiekimas gali būti vykdomas kartu su įpareigojimu nekonkuruoti. Esant tokiam deriniui, taikomos įsipareigojimui pirkti iš vieno tiekėjo parengtos taisyklės. Esant konkrečiai susijusioms investicijoms, apimančioms abi šalis (sulaikymo problema), išimtinio tiekimo ir įsipareigojimo nekonkuruoti derinys, t. y. abipusis išimtinumas pramoninio tiekimo susitarimuose, dažnai gali būti pateisinamas, jeigu nėra pasiektas dominavimo lygis.
- (310) Galiausiai prekybos lygis ir produkto pobūdis yra svarbūs vertinant galimą ribojamąjį poveikį konkurencinėms galimybėms. Konkurencinių galimybių ribojimas yra mažiau tikėtinas, jeigu prekiaujama tarpiniais arba vienaarūšiais produktais. Pirmiausia gamintojas, kurio konkurencinės galimybės ribojamos ir kuris naudoja tam tikrą išteklių, gali lanksčiau negu didmenininkas ir (arba) mažmenininkas reaguoti į galutinio vartotojo, kuriam prekių ženklai gali būti labai svarbūs, paklausą. Antra, galimo tiekimo šaltinio netekimas daro mažesnę įtaką pirkėjams, kurių konkurencinės galimybės ribojamos, kai produktai yra vienaarūšiai, negu tuo atveju, kai produktas yra nevienalytis, skirtingos rūšies ar kokybės. Išimtinis galutinių produktų, žymimų prekių ženklais arba skirtingų tarpinių produktų tiekimas, kai yra kliūčių patekti į rinką, gali turėti reikšmingą antikonkurencinį poveikį, jeigu konkuruojantys pirkėjai yra gana smulkūs, palyginti su pirkėju, kuris riboja jų konkurencines galimybes, net jeigu pastarasis nėra dominuojantis galutinės grandies rinkoje.
- (311) Veiksmingumo galima tikėtis iškilus sulaikymo problemai (šių gairių 14 punkto e ir f papunkčiai), ir jis yra labiau tikėtinas, jeigu prekiaujama tarpiniais, o ne galutiniais produktais. Kitokio pobūdžio veiksmingumas yra mažiau tikėtinas. Neatrodo, kad masto ekonomija platinimo srityje (šių gairių 14 punkto g papunktis) galėtų pateisinti išimtinį tiekimą.
- (312) Sulaikymo problemos atveju ir ypač masto ekonomijos platinimo srityje atveju kiekio nustatymas tiekėjui, pavyzdžiui, reikalavimas tiekti tam tikrą minimalų prekių kiekį, galėtų būti mažiau ribojanti alternatyva.

Išimtinio tiekimo pavyzdys

Tam tikros rūšies komponentų rinkoje (tarpinių produktų rinkoje) tiekėjas A susitaria su pirkėju B sukurti kitokį komponento variantą – pasitelkia savo praktinę patirtį ir daug investuoja į naujas mašinas bei laikosi pirkėjo B pateiktas specifikacijų. B turės

daug investuoti, kad naują komponentą galėtų naudoti gamyboje. Susitarta, kad A tieks naują produktą tik pirkėjui B penkerius metus po to, kai produktas pateks į rinką pirmą kartą. B yra įpareigotas per tą patį penkerių metų laikotarpį pirkti naują produktą tik iš A. Tiek A, tiek B gali atitinkamai toliau pardavinėti ir pirkti kitur kitų variantų komponentus. Pirkėjo B rinkos dalis pradinės grandies komponentų rinkoje ir galutinės grandies galutinių produktų rinkoje sudaro 40 %. Komponento tiekėjo rinkos dalis sudaro 35 %. Yra dar du komponentų tiekėjai, kurių rinkos dalis sudaro apie 20–25 %, ir daugybė smulkių tiekėjų.

Atsižvelgiant į dideles investicijas tikėtina, kad susitarimas atitiks 101 straipsnio 3 dalies sąlygas, atsižvelgiant į veiksmingumą ir nedidelį ribojamąjį poveikį konkurencinėms galimybėms. Kitiems pirkėjams rinka apribojama tik konkretaus produkto varianto, kurį tiekia 35 % rinkos dalį turintis tiekėjas, atžvilgiu, tačiau kiti komponentų tiekėjai galėtų sukurti panašius naujus produktus. Pirkėjo B poreikių dalies apribojimas kitiems tiekėjams yra apribotas daugiausia iki 40 % rinkos dalies.

8.2.3. *Elektroninių prekyviečių naudojimo apribojimai*

- (313) Elektroninės prekyvietės yra interneto platformos, jungiančios pardavėjus ir potencialius klientus, kad būtų galima pirkti tiesiogiai. Interneto platformos, kurios nesiūlo tiesioginio pirkimo funkcijos, bet nukreipia klientus į kitas svetaines, kuriose galima įsigyti prekių ir paslaugų, šiose gairėse laikomos ne elektroninėmis prekyvietėmis, o reklamos platformomis.
- (314) Elektroninės prekyvietės tapo svarbiu tiekėjų ir mažmenininkų pardavimo kanalu, suteikiančiu jiems prieigą prie daugybės klientų, taip pat ir galutinių naudotojų kanalu. Elektroninėse prekyvietėse mažmenininkai gali pradėti prekybą internetu padarę mažesnes pradines investicijas. Jos taip pat gali palengvinti tarpvalstybinę prekybą ir padidinti matomumą, ypač mažų ir vidutinio dydžio mažmenininkų, kurie neturi savo internetinės parduotuvės arba nėra gerai žinomi galutiniams naudotojams.
- (315) Tiekėjai gali norėti riboti pirkėjų naudojimąsi elektroninėmis prekyvietėmis¹¹⁵, pavyzdžiui, siekdami apsaugoti savo prekių ženklo įvaizdį ir pozicionavimą, užkirsti kelią padirbtų produktų pardavimui, užtikrinti pakankamas paslaugas iki pardavimo ir po jo arba užtikrinti, kad mažmenininkas palaikytų tiesioginį ryšį su klientais. Apribojimai gali būti įvairūs – nuo visiško draudimo naudotis elektroninėmis prekyvietėmis iki tam tikrų kokybinių reikalavimų, kuriuos turi atitikti prekyvietės, nustatymo. Pavyzdžiui, tiekėjai gali uždrausti naudotis prekyvietėmis, kuriose prekės parduodamos aukcione, arba reikalauti, kad pirkėjai naudotųsi specializuotomis prekyvietėmis, siekdami užtikrinti tam tikrus kokybės standartus, susijusius su jų prekių ar paslaugų pardavimo aplinka ir parametrais. Kai kuriais kokybiniais reikalavimais gali būti *de facto* uždrausta naudotis elektroninėmis prekyvietėmis, nes nė viena elektroninė prekyvietė negali atitikti reikalavimo, pavyzdžiui, kai tiekėjas reikalauja, kad nebūtų matomas elektroninės prekyvietės logotipas, arba reikalauja, kad bet kurios mažmenininko naudojamos svetainės domeno pavadinime būtų nurodytas mažmenininko įmonės pavadinimas.
- (316) Vertikaliajame susitarime nustatytam pardavimo elektroninėse prekyvietėse apribojimui taikoma VSBIR nustatyta išimtis, jei tiekėjo ir pirkėjo rinkos dalys neviršija 30 %, o vertikaliajame susitarime nėra jokių pagrindinių apribojimų pagal

¹¹⁵ 2017 m. gegužės 10 d. E. prekybos sektoriaus tyrimo galutinės ataskaitos (COM(2017) 229 *final*) 4.4 skirsnis.

VSBIK arba jokių neleistinų apribojimų pagal VPR, kurių negalima atskirti nuo likusios vertikaliojo susitarimo dalies. Kaip nustatyta VSBIK 1 straipsnyje ir šių gairių 6.1.2 skirsnyje, pardavimo elektroninėse prekyvietėse ribojimas arba draudimas yra susijęs su pirkėjo pardavimo internetu sąlygomis ir neriboja pardavimo konkrečioje teritorijoje arba konkrečiai klientų grupei. Juo ribojamas naudojimasis konkrečiu interneto kanalu, tačiau pirkėjas gali pasinaudoti kitais interneto kanalais¹¹⁶. Pavyzdžiui, nepaisant pardavimo elektroninėse prekyvietėse ribojimo arba draudimo, pirkėjas vis tiek gali parduoti sutarties prekes ar paslaugas savo svetainėje ir naudoti internetinės reklamos kanalus, kad į savo svetainę pritrauktų klientų¹¹⁷.

- (317) Nors bet koks pardavimo internetu ribojimas, kuriuo tiesiogiai ar netiesiogiai siekiama neleisti pirkėjui ar jo klientams veiksmingai naudotis internetu siekiant parduoti savo prekes ar paslaugas, yra pagrindinis apribojimas, kaip apibrėžta VSBIK 4 straipsnio b–d punktuose, ir 101 straipsnio 1 dalyje nustatytas apribojimas dėl tikslo, elektroninių prekyviečių naudojimo ribojimui paprastai gali būti taikoma VSBIK nustatyta apsaugos taisyklė. Kaip nurodyta 194 punkte, naudojimosi elektroninėmis prekyvietėmis ribojimas paprastai nedaro poveikio interneto naudotojų grupei, kurią galima išskirti interneto pirkėjų grupėje, ir neriboja pirkėjo galimybės parduoti sutarties prekes ar paslaugas savo svetainėje arba tam tikromis aplinkybėmis reklamuotis internete trečiųjų šalių platformose ir naudotis interneto paieškos sistemomis, kad į savo svetainę pritrauktų klientų, todėl tai nėra pagrindinis apribojimas pagal VSBIK 4 straipsnio b–d punktus, nes juo *de facto* netrukdoma pirkėjams ar jų klientams veiksmingai naudotis internetu, kad galėtų parduoti internetu.
- (318) Likusioje šio skirsnio dalyje pateikiama daugiau informacijos, kaip vertinti elektroninių prekyviečių naudojimo ribojimus atskirais atvejais, kai viršijamos 30 % rinkos dalies ribos. 8.1 skirsnyje išdėstyti bendrieji principai yra tinkamas šio vertinimo pagrindas. Elektroninių prekyviečių naudojimo apribojimai parduodant teritorijose arba klientų grupėms, kurios rezervuotos išimtinai tiekėjui arba priskirtos išimtinai kitiems platintojams, yra išimtinio platinimo sistemos dalis ir turėtų būti vertinami kartu su ta sistema.
- (319) Elektroninių prekyviečių naudojimo apribojimai dažnai nustatomi pasirinktinio platinimo sistemose. 4.6.2 skirsnyje nustatyti kriterijai, pagal kuriuos pasirinktinio platinimo sistema nepatenka į 101 straipsnio 1 dalies taikymo sritį, t. y. kai i) perpardavėjai atrenkami remiantis objektyviais kokybinio pobūdžio kriterijais, kurie nustatomi vienodai visiems potencialiems perpardavėjams ir netaikomi diskriminuojant; ii) dėl sutarties prekių ar paslaugų savybių būtinas pasirinktinio platinimo tinklas, kad būtų išsaugota jų kokybė ir užtikrintas tinkamas jų naudojimas, ir iii) nustatyti kriterijai neviršija to, kas būtina¹¹⁸. Ypač tais atvejais, kai tiekėjas nesudaro susitarimo su elektronine prekyviete ir todėl negali užtikrinti, kad prekyvietė atitiktų jo atrankos kriterijus, apribojimas arba draudimas naudoti elektronines prekyvieteis gali atitikti pirmiau nurodytus kriterijus, todėl gali būti

¹¹⁶ Sprendimas *Coty Germany GmbH / Parfümerie Akzente GmbH*, C-230/16, ECLI:EU:C:2017:941, 64–69 punktai.

¹¹⁷ Sprendimas *Coty Germany GmbH / Parfümerie Akzente GmbH*, C-230/16, ECLI:EU:C:2017:941, 52–54 punktai.

¹¹⁸ Sprendimas *Coty Germany GmbH / Parfümerie Akzente GmbH*, C-230/16, ECLI:EU:C:2017:941, 24–36 punktai.

tinkamas ir neviršyti to, kas būtina siekiant išsaugoti sutarties prekių ar paslaugų kokybę ir užtikrinti tinkamą jų naudojimą. Tačiau tais atvejais, kai tiekėjas įtraukia elektroninės prekyvietės valdytoją kaip įgaliotąjį platintoją į savo pasirinktinio platinimo sistemą arba apriboja kai kurių, bet ne visų, įgaliotųjų platintojų naudojamąsi elektroninėmis prekyvietėmis, arba apriboja naudojamąsi elektronine prekyvieta, bet pats naudojasi ta prekyvieta sutarties prekėms ar paslaugoms platinti, tokių elektroninių prekyviečių naudojimo apribojimai greičiausiai neatitiktų tinkamumo ir būtinumo reikalavimų.

- (320) Galimas pavojus konkurencijai, kylantis dėl elektroninių prekyviečių naudojimo apribojimų, yra toks, kad sumažėtų to paties prekių ženklo platintojų konkurencija platinimo lygmeniu ir būtų ribojamos platintojų, ypač mažų ir vidutinių, konkurencinės galimybės, nes platintojai netektų galimybės naudotis potencialiai svarbiu pardavimo kanalu.
- (321) Norint įvertinti galimą elektroninių prekyviečių naudojimo apribojimų antikonkurencinį poveikį, pirmiausia reikia įvertinti skirtingų prekių ženklų platintojų konkurencijos lygį. Kaip nurodyta šių gairių 8.1.1 skirsnyje, pakankama skirtingų prekių ženklų platintojų konkurencija iš esmės gali sušvelninti bet kokią to paties prekių ženklo platintojų konkurencijos praradimą. Šiuo tikslu reikėtų atsižvelgti į tiekėjo ir jo konkurentų padėtį rinkoje. Antra, būtina atsižvelgti į elektroninių prekyviečių naudojimo apribojimų rūšį ir apimtį. Pavyzdžiui, draudimas bet kokius pardavimus vykdyti per elektronines prekyvietes yra labiau ribojantis nei apribojimas naudotis tam tikromis elektroninėmis prekyvietėmis arba reikalavimas naudotis tik tomis prekyvietėmis, kurios atitinka tam tikrus kokybinius kriterijus. Trečia, reikėtų atsižvelgti į santykinę ribojamų elektroninių prekyviečių, kaip pardavimo kanalo, svarbą atitinkamose produkto ir geografinėse rinkose. Galiausiai būtina atsižvelgti į bet kokių kitų tiekėjo nustatytų internetinės prekybos ar reklamos apribojimų kumuliatyvų poveikį.
- (322) Kaip nurodyta šių gairių 314 punkte, elektroninių prekyviečių naudojimo apribojimais gali lemti veiksmingumą, visų pirma susijusį su prekių ženklo apsaugos užtikrinimu arba tam tikro lygio paslaugų kokybe, arba padirbinėjimo galimybių mažinimu. Tiek, kiek apribojimai dar nepatenka į 101 straipsnio 1 dalies taikymo sritį, atliekant vertinimą turi būti išnagrinėta, ar tokį veiksmingumą galima pasiekti mažiau ribojančiomis priemonėmis, laikantis 101 straipsnio 3 dalies sąlygų. Taip gali būti tuo atveju, kai elektroninėje prekyvietėje mažmenininkai gali sukurti savo prekių ženklo parduotuvę. Bet kokie tiekėjo pateikti su kokybe susiję pagrindimai greičiausiai neatitiks 101 straipsnio 3 dalies sąlygų, jei tiekėjas pats naudojasi elektroninėmis prekyvietėmis, kurioms taikomi apribojimai, arba jei tiekėjas taiko apribojimus ne visiems, o tik kai kuriems platintojams, arba jei elektroninės prekyvietės valdytojas pats yra įgaliotasis pasirinktinio platinimo sistemos narys.

8.2.4. *Kainų palyginimo priemonių naudojimo apribojimai*

- (323) Kainų palyginimo priemonės, pavyzdžiui, kainų palyginimo svetainės arba programėlės, suteikia mažmenininkams galimybę padidinti savo matomumą ir padidinti savo svetainės lankomumą, o potencialiems klientams surasti mažmenininkus, palyginti skirtingus produktus ir palyginti to paties produkto pasiūlymus. Kainų palyginimo priemonės didina kainų skaidrumą ir stiprina to paties prekių ženklo platintojų, o galbūt ir skirtingų prekių ženklų platintojų konkurenciją tarp mažmenininkų.

- (324) Kitaip nei elektroninės prekyvietės, kainų palyginimo priemonės paprastai nesiūlo pardavimo ir pirkimo funkcijų, o nukreipia klientus į mažmenininko svetainę, kurioje gali būti sudarytas tiesioginis kliento ir mažmenininko sandoris¹¹⁹. Todėl kainų palyginimo priemonės yra ne atskiras internetinis pardavimo kanalas, o veikiau internetinės reklamos kanalas.
- (325) Tiekėjai gali norėti apriboti kainų palyginimo priemonių naudojimą¹²⁰, pavyzdžiui, siekdami apsaugoti savo prekių ženklo įvaizdį, nes kainų palyginimo priemonėse paprastai daugiausia dėmesio skiriama kainai ir jos gali neleisti mažmenininkams išsiskirti kitomis savybėmis, pavyzdžiui, sutarties prekių ar paslaugų asortimentu ar kokybe. Kitos priežastys, dėl kurių ribojamas kainų palyginimo priemonių naudojimas, gali būti siekis sumažinti padirbinėjimo galimybes arba apsaugoti verslo modelius, kurie grindžiami, pavyzdžiui, specializacija arba kokybe, o ne kaina.
- (326) Kainų palyginimo priemonių naudojimo apribojimai gali būti įvairūs – nuo tiesioginio ar netiesioginio draudimo iki apribojimų, grindžiamų kokybės reikalavimais arba reikalavimais į kainų palyginimo priemonėje skelbiamus pasiūlymus įtraukti konkretų turinį. Pavyzdžiui, apribojimas teikti informaciją apie kainas kainų palyginimo priemonėse, reikalavimas gauti tiekėjo leidimą prieš naudojant kainų palyginimo priemones arba apribojimas naudoti tiekėjo prekių ženklą kainų palyginimo priemonėse gali reikšti netiesioginį draudimą naudoti kainų palyginimo priemones.
- (327) Kainų palyginimo priemonių naudojimo apribojimai gali padidinti vartotojų paieškos sąnaudas ir taip sumažinti mažmeninių kainų konkurenciją. Kaip ir kitų internetinės reklamos apribojimų atveju, pirkėjo galimybės naudotis kainų palyginimo priemonėmis apribojimai gali riboti pirkėjo galimybes parduoti klientams, kurie yra už jo fizinės prekybos teritorijos ribų ir kurie nori pirkti internetu. Vertikaliuoju susitarimu uždraudus naudoti kainų palyginimo priemones, ribojama pirkėjo galimybė orientuotis į potencialius klientus, informuoti juos apie savo pasiūlymą ir nukreipti juos į savo svetainę. Kol kainų palyginimo priemonių naudojimas pats savaime nėra tikslinė reklamos forma, kaip nustatyta šių gairių 200 punkte, kelio kainų palyginimo priemonių, kaip internetinės reklamos kanalo, naudojimui užkirtimas gali riboti pasyvų pardavimą klientams, norintiems pirkti internetu ir esantiems už platintojo fizinės prekybos teritorijos ribų, ir yra laikomas pagrindiniu apribojimu pagal VSBIR 4 straipsnio b–d punktus. Pagrindiniai galimi pavojai konkurencijai tokiu atveju yra rinkos pasidalijimas, kuris gali sudaryti sąlygas kainų diskriminacijai, ir sumažėjusi to paties prekių ženklo produktų konkurencija. Priešingai, jei apribojimas taikomas tik kainų palyginimo priemonėse, skirtoms pirkėjams teritorijoje ar pirkėjų grupei, kuri rezervuota išimtinai tiekėjui arba priskirta išimtinai kitiems platintojams (išimtinis platinimas), pavyzdžiui, dėl to, kad kainų palyginimo priemonė yra parengta kalba, kuri nėra įprastai vartojama teritorijoje, kurioje pirkėjas yra įsisteigęs, arba turi domeno pavadinimą, kuris nėra vartojamas teritorijoje, kurioje pirkėjas yra įsisteigęs, apribojimui būtų taikoma VSBIR 4 straipsnio b punkto i papunktyje nustatyta išimtis.

¹¹⁹ Šiose gairėse kainų palyginimo priemonėmis vadinamos interneto platformos, kurios nesuteikia naudotojams galimybės platformoje sudaryti pirkimo sandorių. Platformos, kuriose naudotojai gali sudaryti pirkimo sandorius, šiose gairėse laikomos elektroninėmis prekyvietėmis. Elektroninių prekyviečių naudojimo apribojimai aptariami šių gairių 8.2.3 skirsnyje.

¹²⁰ 2017 m. gegužės 10 d. E. prekybos sektoriaus tyrimo galutinės ataskaitos (COM(2017) 229 *final*) B.4.5 skirsnis.

- (328) Kainų palyginimo priemonių naudojimo apribojimams, kurie tiesiogiai ar netiesiogiai neužkerta kelio jų naudojimui, pavyzdžiui, reikalavimai, kad kainų palyginimo priemonės atitiktų tam tikrus kokybės standartus, neribotų pardavimo klientams tam tikroje teritorijoje ar pardavimo klientų grupei, o veikiau nustato pardavimo būdus, taikoma VSBIR numatyta bendroji išimtis. Toliau pateikiama informacija, kaip vertinti tokius apribojimus, kai VSBIR netaikomas.
- (329) Kainų palyginimo priemonių naudojimo apribojimai dažnai nustatomi pasirinktinio platinimo sistemose. Šių gairių 4.6.2 skirsnyje nustatyti kriterijai, pagal kuriuos pasirinktinio platinimo sistema nepatenka į 101 straipsnio 1 dalies taikymo sritį. Vis dėlto mažai tikėtina, kad kainų palyginimo priemonių uždraudimas bus tinkamas ar būtinas siekiant išsaugoti sutarties prekių ar paslaugų kokybę arba užtikrinti tinkamą jų naudojimą, nes šiomis priemonėmis potencialūs klientai paprastai nukreipiami į įgaliootojo platintojo svetainę, kurioje jie gali pirkti. Tiekėjas gali kontroliuoti platintojo svetainę taikydamas savo atrankos kriterijus ir nustatydamas reikalavimus vertikalialiajame susitarime su platintoju.
- (330) Kainų palyginimo priemonių naudojimo apribojimai, kurie tiesiogiai ar netiesiogiai neužkerta kelio jomis naudotis, pavyzdžiui, reikalavimas naudoti tik tam tikrus kokybės standartus atitinkančias kainų palyginimo priemones, gali gerokai apriboti pirkėjo galimybę naudotis kainų palyginimo priemonėmis, kai jiems netaikomas VSBIR. Tokiais atvejais gali reikėti įvertinti, ar apribojimas lemia poveikį, panašų į kainų palyginimo priemonių naudojimo draudimo poveikį, t. y. žalą vartotojams, kuri pasireiškia vartotojų paieškos sąnaudų padidėjimu ir kainų konkurencijos sumažėjimu, arba rinkos pasidalijimą, kuris gali sudaryti sąlygas kainų diskriminacijai ir galiausiai paveikti skirtingų prekių ženklų platintojų konkurenciją, o galbūt ir to paties prekių ženklo platintojų konkurenciją. Tokie apribojimai taip pat gali riboti to paties prekių ženklo platintojų konkurenciją, pavyzdžiui, kai tiekėjas nenustato apribojimų visiems savo platintojams arba kai pats tiekėjas naudojami kainų palyginimo priemonėmis, kurioms taikomas apribojimas. Jei platintojams būtų užkirstas kelias naudotis potencialiai svarbiu internetinės reklamos kanalu, jie darytų tik nedidelį konkurencinį spaudimą tiekėjui ar kitiems platintojams, kuriems šis apribojimas netaikomas.
- (331) Svarbūs veiksniai atliekant vertinimą pagal 101 straipsnio 1 dalį yra tiekėjo ir jo konkurentų padėtis rinkoje; kainų palyginimo priemonių, kaip reklamos kanalo, svarba sutarties prekių ar paslaugų produkto ir geografinėse rinkose; apribojimų pobūdis ir apimtis bei konkrečių kainų palyginimo priemonių, kurių naudojimas ribojamas arba draudžiamas, santykinė svarba, taip pat tai, ar tiekėjas taip pat taiko apribojimus platintojo galimybei naudoti kitas internetinės reklamos formas. Reikėtų atsižvelgti į bet kokių kitų tokių apribojimų ir kainų palyginimo priemonių naudojimo apribojimo kumuliatyvų poveikį.
- (332) Kaip nurodyta šių gairių 323 punkte, kainų palyginimo priemonių naudojimo apribojimai gali lemti veiksmingumą, visų pirma susijusį su prekių ženklo apsaugos užtikrinimu arba tam tikro lygio paslaugų kokybe, arba padirbinėjimo galimybių mažinimu. Laikantis 101 straipsnio 3 dalies sąlygų, atliekant vertinimą turi būti apsvarstyta, ar tokį veiksmingumą galima pasiekti ir mažiau ribojančiomis priemonėmis. Taip galėtų būti tuo atveju, kai kainų palyginimo priemonėje taip pat pateikiami palyginimai ar apžvalgos, susiję su atitinkamų prekių ar paslaugų kokybe, klientų aptarnavimu, platintojo patikimumu ar kitomis platintojų pasiūlymų savybėmis. Vertinant su kokybe susijusius pagrindimus pagal 101 straipsnio 3 dalį, reikėtų atsižvelgti į tai, kad pardavimas vyksta ne pačioje kainų palyginimo

priemonėje, o platintojo svetainėje, kuri, remiantis su tiekėju sudaryta platinimo sutartimi, turėtų atitikti tiekėjo kokybės reikalavimus.

8.2.5. *Paritetiniai įsipareigojimai*

- (333) Paritetiniais įsipareigojimais, kurie taip pat vadinami nuostatomis dėl didžiausio palankumo statuso suteikimo arba kelių platformų paritetiniais susitarimais, reikalaujama, kad tiekėjas prekes ar paslaugas kitai šaliai siūlytų ne mažiau palankiomis sąlygomis nei tos, kurias tiekėjas siūlo tam tikroms kitoms šalims arba tam tikrais kitais kanalais. Sąlygos gali būti susijusios su kainomis, atsargomis, prieinamumu ar kitomis pasiūlymo ar pardavimo sąlygomis. Įsipareigojimas gali būti aiškiai išreikštas arba gali būti taikomas kitomis tiesioginėmis ar netiesioginėmis priemonėmis, pavyzdžiui, taikant diferencijuotą kainodarą arba kitas paskatas ar priemones, kurių taikymas priklauso nuo sąlygų, kuriomis tiekėjas siūlo savo prekes ar paslaugas tam tikroms šalims arba tam tikrais kanalais.
- (334) Internetinių tarpininkavimo paslaugų (pavyzdžiui, prekyviečių ar kainų palyginimo priemonių) teikėjų nustatyti paritetiniai įsipareigojimai, susiję su sąlygomis, kuriomis prekės ar paslaugos siūlomos galutiniams naudotojams (galutiniams vartotojams ar kitoms įmonėms), paprastai vadinami mažmeniniais paritetiniais įsipareigojimais. Kad tokio tipo įsipareigojimas būtų veiksmingas, įsipareigojimą prisiimantis prekių ar paslaugų teikėjas paprastai turi turėti galimybę kontroliuoti kainą ir kitas sąlygas, kuriomis jo prekės ar paslaugos siūlomos mažmeninės prekybos kanaluose, su kuriais susijęs įsipareigojimas. Panašiais paritetiniais įsipareigojimais gali naudotis pradinės grandies internetinių tarpininkavimo paslaugų teikėjai, juos taikydami sąlygoms, kuriomis prekės ar paslaugos siūlomos įmonėms, kurios nėra galutiniai naudotojai (pavyzdžiui, mažmenininkams). Kalbant apie pirkėjų taikomus paritetinius įsipareigojimus, jie apima gamintojų, didmenininkų ar mažmenininkų nustatytus įsipareigojimus, susijusius su sąlygomis, kuriomis jie perka išteklius iš tiekėjų.
- (335) Kitas skirtumas yra susijęs su kanalais, kuriems taikomas paritetinis įsipareigojimas. Įsipareigojimas gali būti susijęs su prekių ar paslaugų teikėjo valdomais pardavimo kanalais (tiesioginiai kanalai); trečiųjų šalių valdomais kanalais (netiesioginiai kanalai) arba visais kanalais. Paritetiniai įsipareigojimai, susiję tik su tiesioginiais kanalais, dažnai vadinami siauraisiais įsipareigojimais, o įsipareigojimai, susiję su visais kanalais – plačiaisiais įsipareigojimais.
- (336) Išskyrus VSBIR 5 straipsnio 1 dalies d punkte apibrėžtus įvairių platformų mažmeninius paritetinius įsipareigojimus, bendroji išimtis taikoma visų rūšių vertikaliųjų susitarimų paritetiniams įsipareigojimams, su sąlyga, kad tiekėjo ir pirkėjo rinkos dalys neviršija 30 %. Toliau pateikiama informacija, kaip vertinti VSBIR 5 straipsnio 1 dalies d punkte apibrėžtus įvairių platformų mažmeninius paritetinius įsipareigojimus ir kitokius paritetinius įsipareigojimus atskirais atvejais, kai viršijama rinkos dalies riba.

8.2.5.1. Įvairių platformų mažmeniniai paritetiniai įsipareigojimai

- (337) Labiau tikėtina, kad mažmeniniai paritetiniai įsipareigojimai, dėl kurių internetinių tarpininkavimo paslaugų pirkėjas negali siūlyti, parduoti ar perparduoti prekių ar paslaugų galutiniams naudotojams palankesnėmis sąlygomis naudodamasis konkuruojančiomis internetinėmis tarpininkavimo paslaugomis, kaip apibrėžta VSBIR 5 straipsnio 1 dalies d punkte, turės grynąjį antikonkurencinį poveikį,

palyginti su kitų rūšių paritetiniais įsipareigojimais. Įvairių platformų mažmeniniai paritetiniai įsipareigojimai gali riboti konkurenciją šiais būdais:

- (a) jie gali susilpninti konkurenciją ir sudaryti sąlygas internetinių tarpininkavimo paslaugų teikėjų slaptiems susitarimams. Visų pirma, labiau tikėtina, kad tiekėjas, nustatęs šios rūšies paritetinį įsipareigojimą, galės padidinti savo tarpininkavimo paslaugų kainą arba sumažinti jų kokybę neprarasdamas rinkos dalies. Nepriklausomai nuo paslaugų kainos ar kokybės, prekių ar paslaugų pardavėjai, kurie nusprendžia naudotis jo platforma, privalo platformoje siūlyti sąlygas, kurios būtų bent jau tokios pat geros, kaip ir sąlygos, kurias jie siūlo konkuruojančiose platformose;
 - (b) jie gali trukdyti naujiems ar mažesniems internetinių tarpininkavimo paslaugų teikėjams patekti į rinką ar plėstis joje, ribodami jų galimybę siūlyti pirkėjams ir galutiniams naudotojams diferencijuotus kainų ir paslaugų derinius.
- (338) Vertinant šios rūšies paritetinius įsipareigojimus, pagrindiniai veiksniai yra internetinių tarpininkavimo paslaugų, kurioms taikomi įsipareigojimai, pirkėjų dalis; internetinių tarpininkavimo paslaugų pirkėjų ir galutinių naudotojų naudojimas platformomis (kiek tarpininkavimo platformų jie naudoja); įsipareigojimą nustatančio paslaugų teikėjo ir jo konkurentų padėtis rinkoje; kliūčių patekti į atitinkamą internetinių tarpininkavimo paslaugų rinką buvimas ir paslaugų pirkėjų tiesioginio pardavimo poveikis.
- (339) Svarbi yra internetinių tarpininkavimo paslaugų pirkėjų, kuriems taikomi paritetiniai įsipareigojimai, dalis ir šių pirkėjų naudojimas platformomis, nes iš jo galima matyti, kad tiekėjo paritetiniai įsipareigojimai riboja konkurenciją dėl paklausos dalies, kuri viršija tiekėjo rinkos dalį. Pavyzdžiui, internetinių tarpininkavimo paslaugų teikėjui gali priklausyti 20 % visų sandorių, sudarytų naudojantis tokiomis paslaugomis, tačiau pirkėjai, kuriems jis nustato įvairių platformų paritetinius įsipareigojimus, gali sudaryti daugiau nei 50 % visų platformose sudaromų sandorių, nes jie naudoja keliomis platformomis. Tokiu atveju tiekėjo paritetiniai įsipareigojimai riboja konkurenciją daugiau nei pusės visos atitinkamos paklausos atžvilgiu.
- (340) Internetinių tarpininkavimo paslaugų pirkėjai dažnai naudoja keliomis platformomis, kad pasiektų klientus, kurie naudoja tik viena platforma ir nekeičia platformų. Pirkėjai skatinami naudotis keliomis platformomis pasitelkiant verslo modelius, pagal kuriuos pirkėjas turi mokėti už naudojimąsi tarpininkavimo paslauga tik tada, kai sudaromas sandoris. Kaip paaiškinta pirmiau, internetinių tarpininkavimo paslaugų pirkėjų daugiaadresiškumas gali padidinti bendrą tokių paslaugų paklausos dalį, kuriai turi įtakos tiekėjo paritetiniai įsipareigojimai. Antra, jei galutiniai naudotojai pasirenka vieną adresą, tai gali reikšti, kad kiekvienas tarpininkavimo paslaugų teikėjas kontroliuoja prieigą prie atskiros galutinių naudotojų grupės. Dėl to gali padidėti tiekėjo derybinė galia ir jo gebėjimas nustatyti paritetinius įsipareigojimus.
- (341) Ribojamasis įvairių platformų mažmeninių paritetinių įsipareigojimų poveikis paprastai bus didžiausias, kai juos taikys vienas ar keli pagrindiniai internetinių tarpininkavimo paslaugų teikėjai. Jei tokie tiekėjai turi panašų verslo modelį, tikėtina, kad paritetiniai įsipareigojimai sumažins šio modelio sutrikdymo galimybes. Be to, šie įsipareigojimai gali leisti rinkos lyderiui išlaikyti savo pozicijas mažesnių tiekėjų atžvilgiu.

- (342) Internetinių tarpininkavimo paslaugų teikimo rinkoms dažnai būdingos didelės kliūtis patekti į rinką ir plėstis, kurios gali sustiprinti neigiamą paritetinių įsipareigojimų poveikį. Šioms rinkoms dažnai būdingas teigiamas netiesioginis tinklo poveikis: naujiems arba mažesniems tokių paslaugų teikėjams sunku pritraukti pirkėjų, nes jų platformos suteikia prieigą prie nepakankamo galutinių naudotojų skaičiaus. Kai galutiniai naudotojai yra galutiniai vartotojai, kliūčių taip pat gali atsirasti dėl lojalumo prekių ženklui, vienos platformos naudojimo ir įsitvirtinusių tarpininkavimo paslaugų teikėjų susaistymo strategijos.
- (343) Internetinių tarpininkavimo paslaugų pirkėjai taip pat gali tiesiogiai parduoti savo prekes ar paslaugas galutiniams naudotojams. Toks tiesioginis pardavimas gali apriboti internetinių tarpininkavimo paslaugų teikėjų galimybes didinti savo paslaugų kainas. Todėl būtina įvertinti tarpininkavimo prekių ar paslaugų pardavimo dalį tiesioginiais ir netiesioginiais kanalais, taip pat šių kanalų pakeičiamumą prekių tiekėjų ar paslaugų teikėjų ir galutinių naudotojų požiūriu.
- (344) Įvairių platformų mažmeniniai paritetiniai įsipareigojimai gali turėti reikšmingą ribojamąjį poveikį, jei jie nustatomi pirkėjams, sudarantiems didelę visos atitinkamų internetinių tarpininkavimo paslaugų paklausos dalį. Kumuliatyvaus poveikio atveju ribojamasis poveikis paprastai bus priskiriamas tik tiekėjų, kurių rinkos dalis viršija 5 %, paritetiniams įsipareigojimams.
- (345) Iš esmės mažmeninius paritetinius įsipareigojimus taip pat gali nustatyti mažmenininkai dėl sąlygų, kuriomis tiekėjo prekes ar paslaugas galutiniams vartotojams siūlo konkuruojantys mažmenininkai. Tačiau, kai tokio pobūdžio paritetinis įsipareigojimas yra susijęs su kaina, paprastai reikalaujama, kad įsipareigojimą prisiimantis prekių tiekėjas ar paslaugų teikėjas nustatytų minimalų PKP konkuruojantiems mažmenininkams, kuriems taikomas šis įsipareigojimas. PKP yra pagrindinis apribojimas pagal VSBIR ir apribojimas dėl tikslo pagal 101 straipsnio 1 dalį. Tais atvejais, kai įmonės gali įgyvendinti tokius mažmeninius paritetinius įsipareigojimus laikydamosi su minimaliu PKP susijusių taisyklių, įsipareigojimams taikoma bendroji išimtis. Viršijus bendrosios išimties rinkos dalies ribą, *mutatis mutandis* taikomos šių gairių 337–344 punktuose pateiktos rekomendacijos.

8.2.5.2. Su tiesioginio pardavimo kanalais susiję mažmeniniai paritetiniai įsipareigojimai

- (346) Internetinių tarpininkavimo paslaugų teikėjų nustatyti mažmeniniai paritetiniai įsipareigojimai, susiję su sąlygomis, kuriomis paslaugų pirkėjai gali siūlyti prekes ar paslaugas galutiniams naudotojams savo tiesioginio pardavimo kanalais (siaurasis paritetas), užkerta kelią tokiems pirkėjams skatinti galutinius naudotojus pereiti į tiesioginį kanalą siūlant palankesnes sąlygas (priverstinis kainų mažinimas). Tam tikromis sąlygomis, ypač kai konkurencija dėl internetinių tarpininkavimo paslaugų teikimo yra nedidelė, siaurieji paritetiniai įsipareigojimai gali leisti internetinių tarpininkavimo paslaugų teikėjams išlaikyti aukštesnę paslaugų kainą, todėl tarpininkavimo prekių ar paslaugų mažmeninės kainos visuose pardavimo kanaluose gali būti didesnės. Vertinant šio pobūdžio apribojimus, svarbūs veiksniai yra paritetinį įsipareigojimą nustatančio tiekėjo padėtis rinkoje, santykinis tiesioginių pardavimo kanalų, kuriems taikomas įsipareigojimas, dydis, tiesioginių ir netiesioginių kanalų pakeičiamumas prekių ar paslaugų tiekėjų ir galutinių naudotojų požiūriu ir tai, ar apribojimus taiko keli tarpininkavimo paslaugų teikėjai (kumuliatyvus poveikis).

- (347) Be to, tam tikromis sąlygomis mažmeniniai paritetiniai įsipareigojimai, susiję su tiesioginio pardavimo kanalais, gali netiesiogiai sukelti ribojamąjį poveikį, lygiavertį ribojamajam poveikiui, kurį sukelia įvairių platformų mažmeniniai paritetiniai įsipareigojimai. Iš esmės internetinių tarpininkavimo paslaugų pirkėjas, kuriam taikomas siaurasis mažmeninis paritetinis įsipareigojimas, gali diferencijuoti savo pasiūlymus įvairiose jo naudojamose tarpininkavimo platformose (daugiaadresiškumas). Tačiau tam jis turi siūlyti sąlygas savo tiesioginiuose kanaluose, kurios negali būti palankesnės už sąlygas, siūlomas „brangiausioje“ tarpininkavimo platformoje, su kuria jis yra sudaręs tiesioginių kanalų paritetinį susitarimą. Priklausomai nuo įvairių veiksnių – pardavimo per kiekvieną kanalą dalies, naudojimosi kiekvienu kanalu sąnaudų ir tarpininkavimo prekių ar paslaugų paklausos elastingumo pardavimo kanaluose, – internetinių tarpininkavimo paslaugų pirkėjai ir tiekėjai gali būti nepakankamai skatinami siekti kompromisų, susijusių su šių paslaugų kaina ir sąlygomis, kuriomis prekės ar paslaugos parduodamos naudojantis tarpininkavimo paslauga. Toks rezultatas paprastai yra labiau tikėtinas, kai didelė pardavimo dalis vyksta tiesioginiu kanalu, o mažmeninius paritetinius įsipareigojimus, susijusius su tiesioginiais kanalais, nustato keli tiekėjai.
- (348) Internetinių tarpininkavimo paslaugų teikėjų nustatyti mažmeniniai paritetiniai įsipareigojimai, susiję su tiesioginio pardavimo kanalais, gali turėti reikšmingą ribojamąjį poveikį, kai pirkėjams, sudarantiems didelę visos internetinių tarpininkavimo paslaugų paklausos dalį, taikomi tokie įsipareigojimai arba įvairių platformų mažmeniniai paritetiniai įsipareigojimai. Panašų vertinimą po VSBIR taikymo atšaukimo gali tekti atlikti Komisijai arba nacionalinei konkurencijos institucijai, jei atitinkamų tiekėjų rinkos dalys yra mažesnės nei 30 % riba.

8.2.5.3. Paritetiniai įsipareigojimai, susiję su nemažmeninėmis sąlygomis

- (349) Paritetiniams įsipareigojimams, kuriuos nustato pradinės grandies internetinių tarpininkavimo paslaugų teikėjai, juos taikydami sąlygoms, kuriomis prekės ar paslaugos siūlomos įmonėms, kurios nėra galutiniai naudotojai, taikoma bendroji išimtis. Šio pobūdžio įsipareigojimai gali mažinti internetinių tarpininkavimo paslaugų teikėjų konkurenciją taip pat, kaip ir mažmeniniai paritetiniai įsipareigojimai, todėl šių gairių 337–348 punktuose pateiktos rekomendacijos išlieka aktualios. Tai visų pirma taikytina tais atvejais, kai nėra didelio kainų ar kitų sąlygų, kuriomis tarpininkavimo prekės ar paslaugos siūlomos aukštesniame ir mažmeniniame lygmenyje, skirtumo, kaip gali būti tais atvejais, kai tarpininkavimas susijęs su galutinėmis prekėmis ar paslaugomis¹²¹. Tačiau, vertinant šios rūšies paritetinį įsipareigojimą taip pat būtina atsižvelgti į konkurencijos sąlygas žemesnėje grandyje, t. y. tarp įmonių, kurios perka tarpines prekes ar paslaugas.
- (350) Priešingai, paritetiniai įsipareigojimai, susiję su sąlygomis, kuriomis prekes ar paslaugas, kaip išteklius, perka gamintojai, didmenininkai ar mažmenininkai, neturi tiesioginio poveikio sąlygoms, kuriomis šios įmonės konkuruoja galutinės grandies rinkoje. Todėl mažiau tikėtina, kad rekomendacijos dėl mažmeninių paritetinių įsipareigojimų vertinimo bus aktualios. Pagrindinė problema, susijusi su paritetiniais įsipareigojimais, taikomais sąlygoms, kuriomis prekės ar paslaugos perkamos kaip ištekliai, yra tas, kad jie gali sumažinti išteklių tiekėjų paskatas konkuruoti ir taip didinti išteklių kainas. Vertinimui svarbūs veiksniai yra tiekėjo ir pirkėjo, kurie

¹²¹ Kai kuriais atvejais paritetinis įsipareigojimas gali būti susijęs su sąlygomis, siūlomomis tiek pradinės grandies, tiek mažmeniniame lygmenyje.

susitaria dėl paritetinio įsipareigojimo, santykinis dydis ir įtaka rinkoje, atitinkamos rinkos dalis, kuriai taikomi panašūs įsipareigojimai, ir atitinkamų išteklių kaina, palyginti su visomis pirkėjų sąnaudomis.

8.2.5.4. Vertinimas pagal 101 straipsnio 3 dalį

- (351) Kai paritetiniai įsipareigojimai turi reikšmingą ribojamąjį poveikį, pagal 101 straipsnio 3 dalį reikia įvertinti galimą veiksmingumo padidėjimą. Dažniausia šių įsipareigojimų taikymas internetinių tarpininkavimo paslaugų teikėjams pateisinamas siekiant išspręsti pasinaudojimo problemą. Pavyzdžiui, tiekėjai gali būti neskatinami investuoti į savo platformos plėtoją, paslaugas iki pardavimo ar paklausą didinantį pardavimo skatinimą, jei tokių investicijų nauda, t. y. didesniu pardavimu, pasinaudoja konkuruojančios platformos ar tiesioginio pardavimo kanalai, kurie gali pasiūlyti tas pačias prekes ar paslaugas palankesnėmis sąlygomis.
- (352) Svarbūs veiksniai yra tai, ar internetinių tarpininkavimo paslaugų teikėjo investicijos teikia objektyvią naudą, t. y. ar jos sukuria pridėtinę vertę vartotojams; ar pasinaudojimo rizika yra reali ir didelė ir ar tam tikros rūšies ir apimties paritetinis įsipareigojimas yra būtinas, kad būtų pasiekta objektyvi nauda. Tikėtinas pasinaudojimo lygis turi būti pakankamas, kad darytų didelį poveikį paskatoms investuoti į internetinę tarpininkavimo paslaugą. Ypač svarbūs įrodymai, kiek tarpininkavimo paslaugų naudotojai naudojami keliomis platformomis, nors taip pat būtina apsisvarstyti, ar jų elgesiui įtakos turi paritetinių įsipareigojimų poveikis. Jei internetinių tarpininkavimo paslaugų teikėjas arba jo konkurentai veikia kitose panašiose rinkose, kuriose taikomi ne tokie griežti paritetiniai įsipareigojimai arba jų visai nėra, tai gali reikšti, kad įsipareigojimai nėra būtini. Jei internetinių tarpininkavimo paslaugų pasiūla yra labai koncentruota ir yra reikšmingų kliūčių patekti į rinką, poreikis apsaugoti likutinę konkurenciją gali būti svarbesnis už galimą veiksmingumo padidėjimą. Kiti pagrindimai, susiję su bendra sandorių platformų teikiama nauda, pavyzdžiui, tiekėjų reklamos išlaidų sujungimas, didesnis kainų skaidrumas arba sumažėjusios sandorių sąnaudos, atitiks 101 straipsnio 3 dalies sąlygas tik tuo atveju, jei internetinių tarpininkavimo paslaugų teikėjas gali įrodyti tiesioginį priežastinį ryšį tarp reikalaujamos naudos ir konkrečios rūšies paritetinio įsipareigojimo taikymo.
- (353) Apskritai yra didesnė tikimybė, kad su tiesioginio pardavimo kanalais susiję mažmeniniai paritetiniai įsipareigojimai atitiks 101 straipsnio 3 dalies sąlygas. Taip yra visų pirma todėl, kad jų ribojamasis poveikis paprastai yra ne toks stiprus, kaip įvairių platformų paritetinių įsipareigojimų, todėl labiau tikėtina, kad jį nusvers veiksmingumas. Be to, prekių tiekėjų ar paslaugų teikėjų, parduodančių prekes ar paslaugas per savo tiesioginius pardavimo kanalus, pasinaudojimo pavojus gali būti didesnis, nes jų pardavimo jų tiesioginiu kanalu vieneto marža paprastai yra didesnė nei netiesioginio pardavimo marža.

8.2.6. Išankstiniai prieigos mokesčiai

- (354) Išankstiniai prieigos mokesčiai – tai fiksuoti mokesčiai, kuriuos tiekėjai moka platintojams, esant vertikaliesiems ryšiams, tam tikro laikotarpio pradžioje, kad gautų prieigą prie jų platinimo tinklo. Ši kategorija apima įvairią praktiką, pavyzdžiui, prekių patekimo į lentynas mokesčius¹²², vadinamuosius mokesčius

¹²²

Fiksuoti mokesčiai, kuriuos gamintojai moka mažmenininkams, kad gautų vietą jų lentynose.

„mokėk, kad būtum“¹²³, mokesčius už naudojimąsi platintojo pardavimo skatinimo kampanijomis ir pan. Šiame skirsnyje pateikiamos atskirų atvejų, kai rinkos dalis viršija VSBIR 3 straipsnyje nustatytą ribą, išankstinių prieigos mokesčių vertinimo gairės.

- (355) Dėl išankstinių prieigos mokesčių kartais gali būti ribojamos kitų platintojų konkurencinės galimybės. Pavyzdžiui, didelis mokestis gali paskatinti tiekėją didelę dalį prekių parduoti per vieną ar kelis platintojus, kad padengtų su šiuo mokesčiu susijusias išlaidas. Šiuo atveju išankstiniai prieigos mokesčiai gali turėti tokį patį ribojamąjį poveikį konkurencinėms galimybėms galutinės grandies rinkoje, kaip ir įsipareigojimai dėl išimtinio tiekimo. Vertinant tokio neigiamo poveikio tikimybę, pagal analogiją galima taikyti su išimtinio tiekimo įsipareigojimais susijusias gaires (ypač 305–310 punktus).
- (356) Išimtiniais atvejais išankstiniai prieigos mokesčiai gali turėti ribojamąjį poveikį konkurencinėms galimybėms pradinės grandies rinkoje. Pavyzdžiui, jei platintojas turi stiprią derybinę poziciją arba jei išankstiniai prieigos mokesčiai yra plačiai naudojami, tokie mokesčiai gali padidinti kliūtis smulkiesiems tiekėjams patekti į rinką. Vertinant tokio neigiamo poveikio tikimybę, pagal analogiją galima taikyti su įsipareigojimais pirkti iš vieno tiekėjo susijusias gaires (ypač šių gairių 284–293 punktus). Vertinant taip pat reikia atsižvelgti į tai, ar atitinkamas platintojas parduoda konkuruojančius produktus, pažymėtus savo prekių ženklu. Tokiu atveju taip pat gali kilti horizontaliųjų problemų, todėl bendroji išimtis pagal VSBIR 2 straipsnio 4 dalį netaikoma (žr. šių gairių 4.4.3 skirsnį).
- (357) Be galimo ribojamojo poveikio konkurencinėms galimybėms, išankstiniais prieigos mokesčiais gali būti susilpninta konkurencija ir palengvintos sąlygos platintojams sudaryti slaptus susitarimus. Tikėtina, kad išankstiniai prieigos mokesčiai padidins sutarties produktams tiekėjo nustatytą kainą, nes tiekėjas turi padengti tokių mokesčių išlaidas. Didesnės tiekimo kainos gali sumažinti mažmenininkų paskatą galutinės grandies rinkoje konkuruoti kaina, nors dėl prieigos mokesčių platintojų pelnai didėja. Kad kumuliatyviai naudojantis išankstiniais prieigos mokesčiais taip susilpnėtų konkurencija tarp platintojų, platinimo rinka paprastai turi būti labai koncentruota.
- (358) Tačiau išankstinių prieigos mokesčių taikymas daugeliu atvejų gali prisidėti prie veiksmingo vietos lentynose skyrimo naujiems produktams. Kai platintojai pateikia rinkai naujus produktus, jie dažnai turi mažiau informacijos nei tiekėjas apie tai, ar naujas produktas gali būti sėkmingai parduodamas, todėl gali laikyti neoptimalų produkto atsargų kiekį. Išankstiniai prieigos mokesčiai gali būti naudojami tokiai nesimetrinei informacijai tarp tiekėjų ir platintojų sumažinti atvirai leidžiant tiekėjams konkuruoti dėl vietos lentynose. Taigi platintojas gali gauti išankstinį įspėjimą apie tai, kurie produktai greičiausiai bus sėkmingai parduodami, nes tiekėjas paprastai sutinka mokėti išankstinį prieigos mokestį tik tada, jei mano, kad produkto pateikimo rinkai nesėkmės tikimybė yra maža.
- (359) Be to, dėl ankstesniame punkte minėtos asimetrinės informacijos tiekėjai gali turėti paskatą pasinaudoti platintojų pardavimo skatinimo pastangomis, kad pristatytų neoptimalius produktus. Jei produktas nėra sėkmingai parduodamas, platintojai padengs dalį to produkto nesėkmingo pardavimo sąnaudų. Išankstinių prieigos

¹²³

Vienkartiniai mokesčiai, mokami siekiant užtikrinti nuolatinį esamo produkto buvimą lentynoje tam tikrą ilgesnį laikotarpį.

mokesčių taikymas gali užkirsti kelią tokiam pasinaudojimui perkeliant produkto pardavimo nesėkmės riziką atgal tiekėjams, taip prisidedant prie optimalaus produktų pateikimo rinkai.

8.2.7. *Kategorijos valdymo susitarimai*

- (360) Kategorijos valdymo susitarimai yra susitarimai, kuriais pagal platinimo susitarimus platintojas tiekėjui (vadinamajam kategorijos valdytojui) paveda tam tikros kategorijos produktų rinkodarą ir į kuriuos paprastai įtraukiami ne tik tiekėjo, bet ir jo konkurentų produktai. Todėl kategorijos valdytojas gali turėti įtakos, pavyzdžiui, produkto pateikimui ir produkto pardavimo skatinimui parduotuvėje ir produkto atrankai parduotuvei. Kategorijos valdymo susitarimams taikoma bendroji išimtis, kai nei kategorijos valdytojo, nei platintojo rinkos dalis neviršija 30 %, ir su sąlyga, kad tokia susitarime nėra pagrindinių apribojimų, pavyzdžiui, platintojo galimybių nustatyti savo pardavimo kainą ribojimų, kaip nustatyta VSBIR 4 straipsnio a punkte.
- (361) Dažniausia dėl kategorijos valdymo susitarimų nekyla problemų pagal 101 straipsnį. Tačiau jie kartais gali iškraipyti konkurenciją tarp tiekėjų ir gali riboti kitų tiekėjų konkurencines galimybes, kai kategorijos valdytojas dėl savo įtakos platintojui priimant rinkodaros sprendimus gali apriboti konkuruojančių tiekėjų produktų platinimą ar sudaryti jam nepalankias sąlygas.
- (362) Įprastai platintojai nėra suinteresuoti riboti savo produktų pasirinkimo. Tačiau jie gali turėti paskatų nepirkti iš tam tikrų tiekėjų, ypač tais atvejais, kai platintojas taip pat parduoda konkuruojančius produktus, pažymėtus savo prekių ženklu. Vertinant tokio ribojamojo poveikio konkurencinėms galimybėms pradinės grandies rinkoje tikimybę, pagal analogiją galima taikyti su įsipareigojimais pirkti iš vieno tiekėjo susijusias gaires (ypač šių gairių 284–293 punktus). Visų pirma, atliekant šį vertinimą reikia atsižvelgti į, viena vertus, kategorijos valdymo susitarimų rinkos aprėptį ir galimą kumuliatyvų tokių susitarimų naudojimą ir, kita vertus, konkuruojančių tiekėjų ir platintojo padėtį rinkoje.
- (363) Be to, kategorijos valdymo susitarimai gali palengvinti slaptus platintojų susitarimus, kai tas pats tiekėjas yra kategorijos valdytojas visiems ar beveik visiems konkuruojantiems platintojams rinkoje ir pateikia šiems platintojams bendrosios informacijos, kad jie galėtų priimti rinkodaros sprendimus.
- (364) Kategorijos valdymas taip pat gali palengvinti slaptus tiekėjų susitarimus, nes padaugėja galimybių per mažmenininkus keistis neskelbtina rinkos informacija, pavyzdžiui, informacija apie būsimą kainodarą, pardavimo skatinimo planus ar reklamos kampanijas. VSBIR netaikomas tokiam tiesioginiam keitimuisi informacija tarp mažmenininkų, žr. šių gairių 83 punktą.
- (365) Tačiau kategorijos valdymo susitarimais taip pat gali būti prisidedama prie veiksmingumo didinimo. Kategorijos valdymo susitarimais platintojams gali būti sudarytos galimybės naudotis tiekėjo rinkodaros patirtimi parduodant tam tikrų rūšių produktus ir pasiekti masto ekonomijos, nes jais užtikrinama, kad laiku ir tiesiai į lentynas būtų pristatytas optimalus prekių kiekis. Apskritai, kuo didesnė skirtingų prekių ženklų prekių konkurencija ir kuo mažesnės vartotojų pakeitimo sąnaudos, tuo didesnės ekonominės naudos pasiekama valdant kategorijas.

8.2.8. *Susiejimas*

- (366) Susiejimas yra tada, kai reikalaujama, kad klientai, kurie perka vieną produktą (susiejantį produktą), pirktų dar vieną skirtingą produktą (susietą produktą) iš to

paties tiekėjo arba iš jo paskirto asmens. Susiejimas gali būti laikomas piktnaudžiavimu pagal 102 straipsnį¹²⁴. Susiejimas taip pat gali būti laikomas vertikaliuoju apribojimu pagal 101 straipsnį, jeigu juo sukuriama išipareigojimo pirkti iš vieno tiekėjo (žr. šių gairių 281–302 punktus), taikomas susietam produktui. Šios gairės yra taikomos tik pastarajam atvejui.

- (367) Ar produktai bus laikomi skirtingais, priklauso nuo klientų paklausos. Du produktai yra skirtingi, jei, nesant susiejimo, daug klientų pirktų ar būtų pirkę susiejantį produktą kartu nepirkdami susieto to paties tiekėjo produkto, taigi taip leidžiama atskira ir susiejančio, ir susiejamo produkto produkcija¹²⁵. Įrodymai, kad du produktai yra skirtingi galėtų apimti ir tiesioginį įrodymą, kad, turėdami pasirinkimą, klientai perka susiejantį ir susiejamą produktus atskirai iš skirtingų tiekėjų, arba netiesioginį įrodymą, kaip antai tai, kad rinkoje yra įmonių, kurios specializuojasi gaminant ar parduodant susietus produktus be siejančių produktų¹²⁶, arba įrodymą, kad įmonės, kurių įtaka rinkoje, visų pirma konkurencingose rinkose, maža, turi tendenciją nesieti ir nejungti tokių produktų. Pavyzdžiui, kadangi klientai nori pirkti batus su batraiščiais, o platintojams per sudėtinga suvarstyti į batus klientų pasirinktus batraiščius, batų gamintojams tapo ekonomiškai naudinga tiekti batus su batraiščiais. Todėl batų su batraiščiais pardavimas nėra laikomas susiejimu.
- (368) Susiejimas gali turėti antikonkurencinį ribojamąjį poveikį susieto produkto rinkoje, susiejančio produkto rinkoje arba abiejose vienu metu. Ribojamasis poveikis konkurencinėms galimybėms priklauso nuo to, kokią dalį procentais susieti produktai sudaro nuo bendro pardavimo susieto produkto rinkoje. Nagrinėjant klausimą, koks konkurencinių galimybių ribojimas gali būti laikomas reikšmingu pagal 101 straipsnio 1 dalį, galima taikyti išipareigojimui pirkti iš vieno tiekėjo pateiktą analizę. Susiejimas reiškia, kad pirkėjui susieto produkto atžvilgiu yra nustatomas bent privalomas kiekis. Jeigu, be to, susieto produkto atžvilgiu yra sutarta taikyti išipareigojimą nekonkuruoti, sustiprėja galimas ribojamasis poveikis konkurencinėms galimybėms susieto produkto rinkoje. Susiejimas gali sumažinti konkurenciją klientams, kurie suinteresuoti pirkti susietą, bet ne susiejantį produktą. Jei nėra pakankamo skaičiaus klientų, kurie pirktų vien tik susietą produktą, kad būtų galima išlaikyti tiekėjo konkurentus susieto produkto rinkoje, dėl susiejimo tokiems klientams gali padidėti kainos. Jei susietas produktas yra svarbus papildomas produktas susiejančio produkto klientams, dėl susieto produkto alternatyvių tiekėjų skaičiaus, taigi ir to produkto prieinamumo, sumažėjimo patekti į vien tik susiejančio produkto rinką gali būti sunkiau.
- (369) Susiejimas taip pat gali tiesiogiai paskatinti didesnes negu konkurencingos kainas, visų pirma trimis atvejais. Pirma, jei susiejantis ir susiejamas produktas gali būti naudojami kintamomis proporcijomis kaip gamybos proceso išteklius, klientai gali sureaguoti į padidėjusią susiejančio produkto kainą padidindami savo paklausą susietam produktui, tačiau sumažindami savo paklausą susiejančiam produktui. Susiedamas du produktus tiekėjas gali siekti išvengti tokio pakeitimo vieno kitu, taigi ir pakelti jų kainas. Antra, kai susiejimas leidžia kainų diskriminaciją pasinaudojant tuo, kaip vartotojas panaudoja susiejantį produktą, pavyzdžiui, rašalo kapsulių

¹²⁴ Sprendimas *P Tetrapak / Komisija*, C-333/94, EU:C:1996:436, 37 punktas. Taip pat žr. Komisijos komunikatą „Įgyvendinimo prioritetų taikant EB sutarties 82 straipsnį dominuojančių įmonių piktnaudžiaujamam antikonkurenciniam elgesiui gairės“ (OL C 45, 2009 2 24, p. 7).

¹²⁵ Sprendimas *Microsoft / Komisija*, T-201/04, EU:T:2007:289, 917, 921 ir 922 punktus.

¹²⁶ Sprendimas *Hilti / Komisija*, T-30/89, EU:T:1991:70, 67 punktas.

susiejimas su fotokopijavimo aparatų pardavimu (matavimas). Trečia, kai esant ilgalaikėms sutartims arba originaliosios įrangos, kurios pakeitimo laikas yra ilgas, aptarnavimo po pardavimo rinkoms klientams yra sunku įvertinti susiejimo pasekmes.

- (370) Susiejimui taikoma išimtis pagal bendrosios išimties reglamentą, kai tiekėjo rinkos dalis tiek susieto produkto, tiek susiejančio produkto rinkose, ir pirkėjo rinkos dalis atitinkamose pradinės grandies rinkose neviršija 30 %. Susiejimas gali būti taikomas kartu su kitais vertikaliais apribojimais, kurie nėra pagrindiniai apribojimai pagal tą reglamentą, tokiais kaip išipareigojimu nekonkuruoti, arba privalomo kiekio nustatymu susiejančio produkto atžvilgiu, arba išimtiniu pirkimu. Likusioje šio skirsnio dalyje pateikiamos atskirų atvejų, kai užimama rinkos dalis viršija nustatytą ribą, susiejimo vertinimo gairės.
- (371) Tiekėjo rinkos padėtis susiejančio produkto rinkoje yra akivaizdžiai svarbiausia įvertinant galimą antikonkurencinį poveikį. Paprastai tiekėjas verčia sudaryti tokios rūšies susitarimą. Dėl tiekėjo padėties susiejančio produkto rinkoje pirkėjui gali būti sunku atsisakyti susiejimo įpareigojimo.
- (372) Tiekėjo konkurentų padėtis susiejančio produkto rinkoje yra svarbi vertinant jo įtaką rinkoje. Tol, kol jo konkurentų yra pakankamai daug ir jie yra stiprūs, negalima tikėtis antikonkurencinio poveikio, kadangi pirkėjai turi pakankamai alternatyvų įsigyti susietą produktą be susiejančio produkto, nebent kiti tiekėjai taikytų panašų susiejimą. Be to, kliūtys patekti į susiejančio produkto rinką yra svarbios įtvirtinant tiekėjo padėtį rinkoje. Jei susiejimas yra taikomas kartu su išipareigojimu nekonkuruoti susiejančio produkto atžvilgiu, tiekėjo padėtis gerokai sustiprėja.
- (373) Perkamoji galia yra svarbi, nes svarbūs pirkėjai nebus lengvai priversti sutikti su susiejimu, negaudami bent dalies galimo veiksmingumo. Todėl susiejimas, kuris nėra pagrįstas veiksmingumu, paprastai kelia riziką, jeigu pirkėjai neturi pakankamos perkamosios galios.
- (374) Kai yra nustatomas reikšmingas antikonkurencinis poveikis, kyla klausimas, ar tenkinamos 101 straipsnio 3 dalies sąlygos. Susiejimo įpareigojimai gali padėti pasiekti veiksmingumą dėl bendros gamybos arba bendro platinimo. Kai tiekėjas negamina susieto produkto, veiksmingumas gali būti pasiektas dėl to, kad tiekėjas perka didelius susieto produkto kiekius. Tačiau, kad susiejimas atitiktų 101 straipsnio 3 dalies sąlygas, turi būti įrodyta, kad bent dalis tokio sąnaudų sumažinimo tenka vartotojui, o paprastai taip nebūna, jeigu mažmenininkas gali reguliariai gauti reikalingas tokių pat arba tapačių produktų atsargas tokiomis pat ar geresnėmis sąlygomis, negu tomis, kurias siūlo susiejimą taikantis tiekėjas. Veiksmingumo taip pat gali būti, kai susiejimas padeda užtikrinti tam tikrą vienodumą ir kokybės standartizaciją (žr. 14 punkto h papunktį). Tačiau reikia įrodyti, kad tokio teigiamo poveikio negalima pasiekti reikalaujant, kad pirkėjas panaudotų arba perparduotų produktus, kurie atitinka minimalius kokybės standartus, ir nereikalaujant, kad pirkėjas pirktų produktus iš tiekėjo arba iš šio paskirto asmens. Reikalavimai, susiję su minimaliais kokybės reikalavimais, paprastai nepatenka į 101 straipsnio 1 dalies taikymo sritį. Kai susiejančio produkto tiekėjas priskiria pirkėjui tiekėjus, iš kurių pirkėjas privalo pirkti susietą produktą, dėl to, kad, pavyzdžiui, yra neįmanoma suformuluoti minimalių kokybės standartų, 101 straipsnio 1 dalis taip pat gali būti netaikoma, ypač kai susiejančio produkto tiekėjas, paskirdamas susiejančiam produktui tiekėjus, negauna tiesioginės (finansinės) naudos.